

تأليف
الأستاذ حامد عبد الواحد







فهرس الموضوعات



تقـــديم

الحمد لله ـ أهل الحمد ومنتهاه ، الصلاة والسلام على رسول الله ، صلى الله عليه وعلى آله وصحبه ومن اهتدى بهديه إلى يوم الدين .

وبعـــد .

فليس أشق في ميدان البحث من معالجة موضوع لا يتوفر للباحث فيه ـ مراجع علمية تعينه ، أو موارد للمعرفة تنير له السبيل . وهذه الدراسة عن « الاعلام في المجتمع الاسلامى » ـ واحدة من الدراسات الاعلامية ـ في مجال ندر فيه البحث ، وعزت إلى خوضه الوسائل .

ولست أزعم انني أقدم خلال هذا البحث ما قصر عنه جهد غيرى من الباحثين في مجال « الأعلام الاسلامى » فالسابقون في طريق هذا المجال لهم فضلهم الذى لا يجحد ، وقد كان في آثارهم العلمية ما أعانني ومهد لى السبيل لأعداد هذه الدراسة .

ولا أدعى أنني أقدم بهذا البحث مرجعا علميا في موضوعه ، فما هى إلا دراسة متواضعة ـ آمل أن تمثل لبنة صالحة يتبعها غيري

بكثير ـ خير منها ـ في سبيل إنشاء مكتبة إعلامية إسلامية كبرى . تكون زخرا في مجال الدراسة النظرية وعونا في مجال التطبيق العلمي .

والله ولى التوفيـــق

الإعــلام

مقــدمة تاريخيــة

لم يكن الإعلام وليد عصر من عصور التاريخ البشري ، ولم يكن نتاج حضارة معينة من الحضارات الانسانية ـ ذلك أن الاعلام قديم قدم العصور التي شهدت نشأة الجماعات الأولىٰ من البشر في بقاع محدودة من الأرض .

ولا حاجة بنا إلى التدليل على صحة هذا القول ـ إذ أن الانسان اجتماعى بطبعه ، وهو بفطرته دائم التطلع الى معرفة ما يجرى حوله وما يحدث في محيط وجوده يدفعه إلى ذلك دوافع فطرية أهمها سعى الانسان إلى تحقيق الشعور بالأمن لنفسه ، وكذلك تحقيق السيادة والتفوق على غيره . لذلك فقد كانت حاجة الانسان الى الإتصال بغيره من الناس ـ حاجة ملحة ودائمة ومتجددة ، سواء على مستوى افراد المجتمع الواحد ـ أو على مستوى المجتمعات المختلفة المتباعدة .

وقد عرفت المجتمعات البدائية الاولى ـ الإعلام ـ في أشكال وأساليب محدودة إذ كان انسان تلك المجتمعات يمارس عملية الإعلام بطرق بدائية ـ في حدود إمكاناتة المتاحة ، فقد كان يسجل

ما يريد الاعلام به حفرا على الأحجار وجذوع الاشجار . وأيضا كان يستخدم وسيلة الإعلام الصوتي عن طريق المناداة في الطرق أو من فوق الأماكن المرتفعة إلى جانب استخدامه لوسيلة الاتصال الشخصي لمخاطبة الافراد والجماعات في العشيرة .

وقد عرفت المجتمعات البدائية فنونا إعلاميه مختلفة ـ كان لها اكبر الأثر في صياغة وتوجيه فكر الافراد وعواطفهم . من ذلك أن الجماعة او العشيرة كانت تلتف في السماء حول شيخ حكيم أو عجوز طاعنة في السن ـ يستمعون إلى أخبار أسلافهم وسير أبطالهم ويأخذون مما يقال ـ العبرة والخبرة والقدوة والمثل .

وتطورت أساليب الإعلام البدائية تلك ـ لتأخذ أشكالا متخصصة ، فولدت شخصية « الروى » ـ الذى يقوم برواية ملاحم البطولة ونقل الأخبار وسرد الطرائف ، ونجد أن هذا النوع من الإعلام ـ كان يؤدى دورا ترفيهيا وتعليميا وتربويا في آن واحد .

وولدت أيضا شخصية « المنادى » ، وهو الذى كان يقوم بإبلاغ أوامر الحاكم إلى عامة الناس . ولم يقتصر الاعلام البدائي والقديم على هذه الغايات ـ بل تجاوزها الى تأدية رسالة التوعية والارشاد ، وهو ما دلت عليه دراسات الآثار في مصر والعراق واليونان وبقاع أخرى متفرقة من الأرض .

فقد عني الفراعنة في مصر بتسجيل عقائدهم وحروبهم وانتصاراتهم وإنجازاتهم بالحفر والنقش البارز على جدران المعابد وسطوح الاهرامات ، وعلى المسلات ، كنوع من الإعلام

التاريخى .

وفي العراق ـ كانت هناك نشرات ترجع تاريخيا الى عام ١٨٠٠ قبل الميلاد ـ ترشد الزراع الى أنسب الطرق للبذر والرى ، وعلاج الآفات في المحاصيل الزراعية . وكذلك فقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس وخاصة عن طريق الخطابة والمناقشات ، وقد كان « الاسكندر المقدوني » يؤمن بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير ، فكان يجعل في ركابه طائفة من الشعراء والخطباء والكتاب والمفكرين .[١]

من ذلك نخلص إلى تقرير حقيقة أن الاعلام قديم قدم الوجود البشرى على الأرض ، وأنه قد نشأ مع نشأة المجتمعات الأولى من البشر ، ثم تطورت وسائله وتنوعت أساليبه بتطور وتنوع واتساع المجتمعات البشريه على مر العصور .

تاريخ الاعلام في الجزيرة العربية

عرفت الجزيرة العربية ـ قبل الاسلام فنونا وأساليب ووسائل إعلامية متنوعة وخاصة في العصر الجاهلى . ومن هذه الفنون الإعلامية ما تميزت به الجزيرة العربية ؛ كالشعر والمناظرات الأدبية في الأسواق ، ومنها ما اكتسبته بحكم اتصالاتها الخارجية بغيرها من الامم .

---

(١) العلاقات العامة ـ المبادىء والتطبيق . د . حسن خير الدين ط ٢ ص ١٢

ويمكن تلخيص وسائل الاتصال في الجزيرة العربية قبل الاسلام إلى نوعيها ، الخارجي والداخلي .

اولا : وسائل الاتصال الخارجي :

١ ـ وسيلة التجارة : حيث كان التجار في الجزيرة العربية يترددون على أرض الشام وغيرها للتجارة ، وكانت رحلاتهم تلك وسيلة اتصال فعالة ـ تمكنهم من استطلاع أخبار وأحوال غيرهم من الأمم الىٰ جانب اقتباسهم لبعض المعارف والمهارات ـ ينقلونها إلىٰ قومهم .

٢ ـ البعثات اليهودية والنصرانية : وقد تغلغلت تلك البعثات في أنحاء الجزيرة العربية ـ قبل الاسلام بقرون ، تدعو الى دينها ونشر تعاليمها ، وقد كانت تلك البعوث اليهودية والنصرانية وسائل اتصال بين العرب والأمم والمدنيات المجاورة .[1]

٣ ـ امارات الحدود : كانت الجزيرة العربية قبل الاسلام ـ واقعة بين اعظم حضارتين في ذلك العصر : الحضارة الفارسية من ناحية الشرق والحضارة الرومانية من ناحية الغرب . ولما لم يستطع الفرس ولا الروم اخضاع العرب لحكمهم فقد لجأوا الى إقامة وتدعيم إمارات عربية على الحدود المتاخمة ـ تكون لهم رداء ـ يقيهم ويقي ممالكهم غارات البدو وغيرهم من قبائل الجزيرة العربية وقد كانت هذه الامارات همزة الوصل بين العرب من جهة والأمم المجاورة من

(١) الاعلام في صدر الاسلام . د. عبداللطيف حمزة ط ٢ ص ٢٢ .

جهة اخرى . ومن تلك الإمارات كانت إمارة الحيرة على تخوم الفرس ، وإمارة الغساسنة على تخوم الروم .

قال الهمزاني في كتاب « الوش المرقوم » :[1]

« لم يصل الى أحد خبر من أخبار العرب والعجم إلا من العرب . وذلك لأن من سكن مكة أحاط بعلم العرب العاربة ، وأخبار أهل الكتاب ، وكانوا (أى العرب) يدخلون البلاد للتجارة فيعرفون أخبار الناس ، وكذلك من سكن الشام أخبر بأخبار الروم وبني اسرائيل واليونان ، ومن سكن اليمن علم أخبار الامم جميعا » .

وهكذا يتبين لنا أن الجزيرة العربية كانت تضطلع بدور اعلامى هام تميزت به بين غيرها من الأمم في حقبة متقدمة من حقب التاريخ ، رغم افتقارها إلى ما كان يتوفر لغيرها في تلك الحقبة ـ من أسباب الرخاء والرفاهية وتعدد وسائل الاتصال الإعلامي الداخلى والخارجى .

ثانيا : وسائل الاتصال الداخلى :

(الاعلام الداخلى في الجزيرة العربية ـ قبل الاسلام) .

كانت وسائل الاتصال الإعلامى الداخلى بين العرب في شبة الجزيرة العربية قبل الاسلام لا تختلف عن مثيلاتها في أى من المجتمعا البشرية الأخرى . فقد جمعت كل الوسائل التي تعارفت

---

(١) فجر الاسلام ـ أحمد أمين ص ٣٢ ـ نقلاً عن المصدر السابق .

عليها مجتمعات البشر في عصورها ، وزادت عليها بعض الوسائل الأخرىٰ التي كانت وليدة ثراء اللغة العربية ، وحرص العرب على الفصاحة والبلاغة وعشقهم لفنون البيان .

ويمكن تلخيص وسائل الإتصال الاعلامي في داخل شبه الجزيرة العربية قبل الإسلام – فيما يلي .

١ – إشعال النيران :

وهى وسيلة إعلامية من أقدم الوسائل التي عرفها البشر ، وقد كانت النيران تشعل للاعلام عن وقوع حادث جلل أو الاخبار عن عدوٍ أو إنذاره – بالحرب ، وأيضا فقد كان إشعال النار أمراً مألوفا عند إقامة الولائم وحلول الأضياف إذ كانت بمثابة الاعلان والدعوة للقريب والبعيد ، وكثيرا ماكان يشهد الشعراء تلك الولائم ويمتدحون صاحب النار بقدر جوده وكرمه ، ومن ثم يتناقل الناس شعر الشعراء في مثل تلك المناسبات مما يمثل مفخرة للمضيف – صاحب النار .

وقد كان لإشعال النيران لغة خاصة مميزة ، فنار الولائم تختلف عن نار الإنذار بمقدم العدو ، والنار التي تخبر عن وقوع حادث خطير تختلف عن – غيرها ... وهكذا يمكن القول بانه كان للنار لغة إعلامية خاصة عند العرب وكذلك عند غيرهم من الامم .

وقد تطورت وسيلة اشعال النار فوق المرتفعات ورؤوس الجبال إلى اقامة (المناور) – بعد الاسلام ، ثم الى المنائر التي تسترشد بها

السفن والطائرات في العصر الحديث.[1]

٢ ـ المنـــاداة :

وقد وجد أسلوب المناداة في جميع البيئات القديمة ـ كما وجد في شبه الجزيرة العربية في الجاهلية . وقد كانت هذه الوسيلة تؤدي كثيرا من الأغراض الإعلامية كإذاعة خبر هام بين الناس أو دعوة الناس إلى الإجتماع في مكان معين .... الخ .

٣ ـ القصـــيدة الشعرية :

كان الشعر في العصر الجاهلي ـ يكاد يمثل الوسيلة الكبرىٰ والوحيدة التي تجمع بين الإعلام والدعاية باستثناء الوسيلة الاخرى الأقل تأثيرا وهيٰ الخطابة . وقد كانت القصيدة الشعرية تمثل في ذلك العصر الركيزة الأولى للإعلام ، إذ كانت في حقيقتها تقوم مقام الصحف والاذاعة ـ في العصر الحديث ، وقد ساعد علىٰ ذلك كثرة الرواة وتناقلهم لكل شعر مستجاد ، إلى جانب ما كان يحظىٰ به الشعر من منزلة كبرىٰ في أنحاء شبة الجزيرة العربية .

وقد شهد التاريخ أن القصيدة الشعرية قامت بوظيفتها في العصر الجاهلي خير قيام ، وكان الشاعر اذا ظهر في قبيلة من

---

(١) المصدر السابق ص ٣٥ .

القبائل ـ هنأ أفرادها بعضهم بعضا وهنأتهم القبائل الأخرى كذلك بهذا الحدث السعيد ، والسبب في ذلك أن الشاعر في القبيلة كان يقوم مقام الصحيفة الحزبية في الوقت الحاضر ، فهو الناطق بلسان القبيلة ، وهو المناضل عنها بشعره ، وهو الحافز لهممها وقت الحروب ، وهو المصور لأخلاقها وعاداتها ومكانتها بين القبائل الأخرى . غير أن اكثر هذا الشعر كان من باب الفخر وذلك لظهور العصبية والقبلية في ذلك العصر.[1]

وحين جاء الاسلام خمدت حمأة العصبية والقبلية بين الناس واتخذ الشعر وجهة إسلامية متأدبة بآداب الاسلام ، إذ أنكر الإسلام على المسلمين تفاضلهم وتفاخرهم بغير التقوى ومكارم الاخلاق .

٤ ـ الخطبة والخطبـاء :

كانت الخطبة وسيلة اعلامية تالية في أهميتها وقوة تأثيرها للقصيدة الشعرية ، وقد كانت الخطبة تستخدم في كثير من المواقف والمناسبات الاجتماعية .

٥ ـ الاســـــواق :

كانت الأسواق عند العرب بمثابة مؤتمرات جامعة متعددة المجالات . فإلى جانب البيع والشراء كانت أسواق العرب تمثل أيضا

---

(١) الاعلام في صدر الاسلام ـ ط ٢ ص ٥ .

ساحات لقاء فكري وأدبي واجتماعي . ففيها كان يجتمع الشعراء من شتي القبائل ـ كل يعرض شعره على الناس ثم يحتكم الشعراء إلىٰ المحكمين .

وفيها كان يأتي الخطباء ليخطبوا الناس في مختلف الشئون ومنهم كان « قس بن ساعدة الايادى » ـ الذى سمعه رسول الله ﷺ يخطب في الناس ـ يذكرهم بخالقهم عز وجل ، ويحثهم على فعل الخير ويدعوهم الىٰ التأمل في الموت وما بعد الموت ـ فأعجب به .

وأيضا كانت الأسواق عند العرب مجالا لفض المنازعات والاحتكام إلىٰ ذوي الرأى والحكمة ، كما كانت تمثل مؤتمرا إعلاميا كبيرا وعظيما تفيض منه أخبار القبائل إلى شتي أنحاء الجزيرة العربية .

وقد تعددت أسواق العرب في الجاهلية وكان أشهرها سوق « عكاظ » ومنها أيضا سوق « مجنة » ، وذوالمجاز ، وكانت هذه الأسواق الثلاث تقام في أشهر الحج وتقصدها كل قبائل العرب ، وإلىٰ جانب تلك الأسواق الشهيرة كانت هناك أسواق أخرىٰ أقل شانا ـ منها سوق دومة الجندل ، وسوق المشقر وسوق عمان وسوق جياشة وسوق صحار وسوق دبي وسوق الشجر وغيرها . (١)

وحين جاء الاسلام وأقام دعائم المجتمعة الاسلامى ـ قل شأن تلك الأسواق وأصبح مجالها قاصراً على النشاط التجارى فحسب وذلك لما كان للاسلام من أثر بالغ في إزالة أسباب العصبية وتخفيف

---

(١) بلوغ الارب في معرفة أحوال العرب (الألوسي) .

نزعة القبلية ، وإرساء أسس الخلق الاسلامى القويم بين الناس ، الى جانب أن الفتوحات الاسلامية قللت الحاجة إلى اقامة تلك الأسواق وذلك أن المسلمين انتشروا في الامصار المفتوحة حيث أفاء الله عليهم الخير الكثير.

٦ ـ النــــدوة :

الندوة هىٰ مكان كان يجمع أهل الرأى والمشورة ورؤوس العشائر والقبائل في كل حىٰ من أحياء العرب . وقد كانت هذه الوسيلة الإعلامية من أقوى طريق الاتصال بين العرب في الجاهلية ، وأكثرها فعالية بعد الاسواق . وحتىٰ الأسواق لم تخل من وجود الندوات ، إذْ كانت تقام فيها ويجتمع إليها الرؤساء والشعراء والخطباء .

ولم تكن تلك الندوات تختلف في جوهرها ـ بكونها وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي في الاعلام ـ عن المؤتمرات التي تعقد في العصر الحديث .

٧ ـ الأعيـــاد :

كانت الأعياد منذ القدم ـ ظاهرة اجتماعية ألفتها البشرية في كل العصور . وفي الجاهلية كان للعرب عيد للشباب ، يجتمع فيه شباب القبائل فيعلقون سيوفهم ورماحهم وأنواطهم على أغصان الشجر ،

فتبدو الأشجار وكأنها قد أثمرت تلك الاسلحة ، وذلك على سبيل إظهار القوة والمنعة . وقد كان ذلك العيد في الجاهلية وسيلة إعلامية دعائية تعلن بها كل قبيلة عن بأسها وكثرة عددها ووفرة عدتها ، حتي جاء الاسلام ، فأبدل الله سبحانه وتعالى المسلمين بذلك العيد أعيادا وأياما مباركة .

مما سبق يتبين لنا ان الجزيرة العربية ـ قبل الاسلام ـ قد عرفت فنونا إعلامية مختلفة ، هى ذاتها التي كانت سائدة بين شتي الامم في ذلك العصر ـ مضافا اليها : الشعر والاسواق ـ كوسيلتين إعلاميتين مميزتين ـ تفردت بهما شبه الجزيرة العربية عن غيرها من الامم .

أسس ومبادىء الاعـــلام

الاعـــلام :

ليس هناك من تعريف محدد لمفهوم « الإعلام » أو « العمل الاعلامي » إذْ أن مفهومَ الإعلام قد اتسع وما زال يمتد ويتسع متداخلا مع كل مجالات النشاط الإنساني ، ومع كل أشكال وأنواع العلاقات الانسانية .

واذا رجعنا الى معني « الاعلام » في اللغة ـ لوجدنا أنه يفيد الإخبار والإنباء والتعليم ، وعلىٰ ذلك يمكن القول بأن الإعلام بالشيء : إظهار حقيقته ونقل العلم به ا لى الغير ، وهذا ما يمثل في واقع الامر ـ جوهر « عملية الاعلام » فلا بد للاعلام بكل أشكاله من علم وحقيقة ، ثم تأتي بعد ذلك مهمة نقل هذا العلم أو إبراز

تلك الحقيقة للغير أو لجمهور الناس على وجه العموم .

والمدلول الحديث للاعلام (Informing) يرتبط بالدرجة الأولى بمعني الاتصال الجماعي .. أو الاتصال الجمعى .. أو الاتصال الجماهيرى ومن هنا فان كلمة « الاعلام » في مدلولها الحديث تعني اول ما تعني . الاتصال بجماهير الناس ومخاطبتها بالخبر والفكرة والمعلومات والرأى ، ونقل العلم إليها بالطرق والوسائل المناسبة الفعالة ، على أن يتوافق هذا الاتصال مع اتجاهات الجماهير وميولها .

وقد حقق الاعلام الحديث تطورا بالغا في توسيع نطاق الإتصال المشترك والمتبادل بين أعضاء المجتمع البشرى الواحد ، وكذلك بين المجتمعات المختلفة ، وبذلك أصبحت « عملية الاعلام » ـ عملية إتصال متبادل ، متفرع ومتشعب بين أعضاء المجتمع الانساني .. وهو اتصال فكر واهتمامات ونشاطات وآراء وخبرات وهو اتصال الإحساس المشترك بين بني الانسان .

واذا كان لنا أن نشبه المجتمع البشري بجسم الانسان فان الإعلام أشبه ما يكون في هذه الحالة بالشبكة العصبية الممتدة والمتفرعة والمتشعبة خلال الجسم ، والتي تنقل الاحساس وتستجيب لكل المؤثرات الخارجية والداخلية التي تطرأ على هذا الجسم الواحد .

إسس ومبادىء الاعلام :

بالرغم من وجود نظريات مختلفة في الاعلام ، وبالرغم من

اختلاف الاتجاهات في تعريف وتحديد مفهوم الاعلام ـ فان الأسس والمبادىء التي يقوم عليها العمل الاعلامى ـ لا تكاد تختلف من مجتمع لاخر. ويمكن تلخيص أسس ومبادىء الاعلام في النقاط التالية.

أولا : أن يقوم الاعلام على أساس واقعى ، يلبي حاجات المجتمع ، وان تكون المادة الاعلامية ـ قوامها الحقائق الثابته في كل الاحوال.

ثانيـا : ينبغى أن تعرض هذه الحقائق في إطار يتسم بالموضوعية والحياد ـ بغير إقحام لوجهات النظر الشخصية أو إضفاء مسحة عاطفية عليها.

ثالثـا : أن يكون الاعلام معبرا في كل جوانبه ومجالاته ـ عن الجماهير التي يخاطبها ، وأن يكون ملائما ومتوافقا مع اهتمامات تلك الجماهير وميولها ومستوى ثقافتها ، وكذلك مع الروح الإجتماعية والتقاليد السائدة في المجتمع.

وفي ذلك يقول العلامة الغربي أتوجروت ـ في تعريفه للاعلام :

« انه التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت » . [١]

وبديهى أن نجاح الاعلام في مجتمع ما يعتمد على قدرة الاعلام على تزويد الناس بالاخبار والحقائق والمعلومات الصحيحة التي تساعدهم على تكوين الرأى السديد ، واتخاذ

---

(١) الاعلام له تاريخه ومذاهبه . د . عبد اللطيف حمزة ص ٢٣ .

النظرة الصائبة تجاه مجالات حياتهم وشئونهم ، وتجاه مايعرض لهم في حياتهم اليومية من عقبات أو مشكلات تتعلق بهم أو بمجتمعهم أو بغيرهم من المجتمعات الأخرى .

* * *

الاعـــلام والمجـتمـــع

اذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع ، وما يستطيع أن يسهم به الإعلام في بناء المجتمع وتطويره ، فان الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة . ذلك لأن المجتمع ـ كل مجتمع انساني ـ يقوم أساسا على الإتصال بين أفراده وجماعاته ، وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضربا أو ضروبا من الاعلام . وعلى ذلك فلا يمكن تخيل مجتمع بشرى بدون إعلام ، وهو أمر لم يستحدثه البشر وانما حثتهم اليه فطرتهم ـ لأنهم جبلوا على الإجتماع والتعارف :

﴿يآ أيها الناس إنا خَلَقْنَاكُم من ذَكَرٍ وأُنْثى وجَعَلْناكُم شعوباً وقبآئلَ لتعارفوا إنَّ أكْرمكم عند الله أتقاكم ، إنَّ الله عليم خبير﴾ (١)

وهذا التعطش الفطرى المتجدد لدى البشر ـ إلى المعرفة والتعارف ـ هو ما أكسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة « المجتمعات » وخصائصها ، وهو أيضا ما حدا بالانسان في كل العصور إلى تطوير وسائل الإتصال بغيره ـ من قريب وبعيد حتي تطورت تلك الوسائل إلى ما نشهد الآن في العصر الحديث من وسائل الإعلام المتقدمة . ولا شك ان الإعلام في العصر

---

(١) (الحجرات ١٣)

الحديث ـ أصبح يمثل قوة كبرى لها خطرها وأثرها في بناء وتطوير المجتمعات البشرية ، وكذلك في ميزان العلاقات بين المجتمعات البشرية المختلفة .

ولنبدأ بتناول دور الاعلام في بناء المجتمع وتطويره ـ فنقول :

إن ما يستطيع ان يحصل عليه المواطن من مجالات الاعلام المختلفة ـ هو ما يستطيع ان يحصل عليه هذا المواطن ـ فيما لو استطاع ان يتصل بغيره من البشر ، فيعلم مالديهم من الأخبار والمعلومات ، ويطلع على ما قد اكتسبوا من التجارب والخبرات وما حققوا من الانجازات .

ومن هنا يتضح الدور الكبير والخطير الذى يستطيع الاعلام أن يسهم به في تطوير المجتمع بشتي فئاته وقطاعاته ، وحل مشكلاته ، ومن ذلك ما يلي :

١ ـ وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالا تالتي تتصل باهتماماته المختلفه .

٢ ـ نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الانساني ومعاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها (مثل قطاع الصحة ، وقطاع التعليم ، والانتاج . . . الخ) .

٣ ـ الإسهام في حل مشكلات المجتمع بالقاء الضوء عليها ،والتوعية بها واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها .

٤ ـ رفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع .

٥ ـ تكوين الرأى العام المستنير ازاء قضايا المجتمع الداخلية

والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة . . . . . الخ

وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الاعلام عن أى من جوانب الحياة اليومية في المجتمع ذلك ان الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير « الإرث الحضارى » والإرث الاجتماعى من جيل الى جيل ، وهى مهمة دائبة يومية ، بل إنها تكاد تكون مهمة « لحظية » .

ففي كل لحظة تتسابق وكالات لانباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصي الأرض الى أقصاها ، ويكسب عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل ثم تطيره وسائل الإعلام إلى جماهير الناس كتابةً واذاعةً وصورة .

ومجمل القول ان الإعلام ــ بالنسبة للمجتمع الانساني المعاصر ــ أشبه ما يكون بجامعة كبرى مفتوحة لها مناهجها اليومية المتجددة والمتغير الظروف والأحداث ، والمتطورة بتطور الحاجات والاهتمامات ، والمتسعة باتساع الوعى العام والنشاط العام للمجتمع .

كما أن الإلام يمثل ساحة كبرى ، يلتقي فيها أبناء المجتمع الواحد على اختلاف فئاتهم ومشاربهم . . . يلتقون على الخبر الواحد والحدث الواحد ، ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلاف اهتماماتهم وثقافاتهم ، لكنهم رغم ذلك يتعارفون على الإهتمامات الأساسية والمشتركة بينهم ، والتي تعنيهم كأبناء مجتمع واحد ، ثم يتشعبون ــ كل إلى ما يهمه ويعنيه في تلك المأدبة اليومية المتجددة .

وايضا فإن الاعلام يمثل مرآة المجتمع الكبرى . والتي يتطلع فيها الجميع ليرى بعضهم بعضا ، يتطلع فيها المواطن ليرى ويسمع الآخرين في مسيرة الحياة اليومية للمجتمع .

* * *

وهكذا يتضح لنا أن دور الاعلام في أى مجتمع بشرى ـ دور عظيم وخطير ، وهو في المجتمعات المعاصرة أشد أهمية وأكبر خطرا ، حيث تتعدد الإهتمامات وتتناقض الميول وتختلف الإتجاهات ، وحيث يقوم الإعلام بمهمةة البناء ومهمة الحماية والوقاية والتصدى للغزو الفكرى الخارجى في آن واحد .

ولا شك ان الإعلام اذا استكمل مقوماته ووسائله الصحيحة وأحسن استخدامه وتوجيهه في مجتمع ما . كان قوة دافعة كبرى للبناء والتطور والنهوض بالمجتمع .

وعلى الجانب الآخر فإن الاعلام الذى يفشل في أداء دوره وتحقيق رسالته في المجتمع لا يقف أثره عند حد الفشل الذاتي ، وإنما يتعدى ذلك الى إحداث آثار سيئة في المجتمع ـ أدناها الشعور بالإحباط النفسي في الوجدان العام للمجتمع ـ وهو ما يدفع أفراد المجتمع إلى الاعراض وعدم التجاوب و الامبالاة ـ ثم البحث والتطلع إلى مصادر اعلاميه بديلة .

ونستطيع أن نميز في هذه الحالة بين نوعين من الاعلام :

الاول : الاعلام المتحير : وهو الاعلام الذى لا يعتمد على الحقائق المجردة ويجنح الى الدعاية والترويج لمذهب سياسي أو خط معين ، ومثل هذا الإعلام سرعان ما يفقد ثقة الجماهير ، وحتي إذا

تضمن بعض الحقائق فإن الجماهير تنظر اليها بعين الريبه والشك والحذر .

الثـــاني : الاعلام القاصـــر : وهو إعلام يعتمد على الحقائق المجردة ، ولكنه يفشل في تحقيق الثثير المطلوب بتلك الحقائق لدى الجمهور . وغالبا ما يرجع ذلك الى خطأ الأسلوب الاعلامى المستخدم وسنعرض لذلك في الباب التالى إن شاءالله تعالى ـ في عناصر الاعلام .

* * *

وليس من شك في أن الخطورة الكبرى للاعلام لا تكون بقدر ما تكون الأثر السيء والبالغ السوء ـ حين يتخذ الإعلام وجهة غير بناءة ، أو وجهة متجردة من المثل والقيم العليا . وهو ما نشهده في بعض المجتمعات الراسمالية الغربية من تقوض البنيان الاجتماعى وتفش الميل العدواني إلى الجريمة ، وقد كان ذلك نتيجة مباشرة للإعلام المتحرر من القيم الخلقية وتعاليم الأديان السماوية ، والذى لا يحده قيد في اندفاعه نحو تحقيق الكسب المادى في سباق الرأسمالية الطاحن المسعور . وغاية القول أن الإعلام سلاح ذو حدين . . .

فإذا أُحسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزه تطور يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف ومصدر التوجيه والإرشاد والتوعية فيما يعن لهم من مشكلات ، يجدون فيه العون على تربية أبنائهم وإسعاد أسرهم وتحقيق انتمائهم الى مجتمعهم .

أما إذا اتخذ الاعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة

المجردة التي نشهدها في بعض المجتمعات الغربية ـ فلا شك أنه يمثل أداة تخريب وانحلال ـ بالرغم من تطوره وتقدمه وفعاليته .

* * *

عناصـــر الاعـــلام

لا يختلف الباحثون والمهتمون بدراسة الاعلام ـ على أن عملية الاعلام تقوم على العناصر الخمسة التالية ـ مرتبة بالترتيب التالى :

١ ـ المـرسـل .
٢ ـ الرسالة الاعلامية .
٣ ـ الوســيلة .
٤ ـ المستقبـل .
٥ ـ الاستجابة أو التأثير .

ولأهمية هذه العناصر التي هى قوام أى عملية إعلامية ـ يجب أن نتناولها بشىء من التفصيل .

أولا : المرسل : هو الهيئة أو الجهة ـ أو الجهاز الإعلامى أو الشخص الذى يقوم بمهمة إعداد وإصدار الرسالة الاعلامية . وتبرز أهمية المرسل كعنصر أساس من عناصر عملية الاعلام ـ في كونه مصدر الرسالة الإعلامية والتي هى ركيزة الإعلام بكل أشكاله .

والمرسل هو كاتب المادة الاعلامية ، وهو صائغها ، وهو أيضا من يقدمها أو من يبثها إلى الجمهور المستقبل من خلال الجهاز أو الوسيلة الاعلامية .

والمرسل في كل من تلك المراحل ينبغى اختياره واعداده

ليكون رجل الاعلام المطلوب .

ذلك ان لكل عملية اعلامية ، ولكل جهاز اعلامى ـ رجل إعلام ذو مواصفات معينة ، وهذا يقودنا الى الحديث عن مواصفات رجل الاعلام ، والتي يمكن ان نوجزها فيما يلى :

١ ـ ان يملك قدرا من الموهبه في مجال الاعلام .

٢ ـ ان يكون على قدر كاف من الخبرة المهنية على أساس علمى (كدراسة علم النفس والاجتماع وعلم الاتصال بالجماهير ، والدراسات الاحصائية ، والإلمام بالفنون الاعلامية . . . الخ) .

٣ ـ أن يكون على قسط وافر من الثقافة العامة .

٤ ـ أن يكون متفهما لقضايا المجتمع الداخلية والخارجية ـ وقادرا على التفاعل معها بصدق وموضوعية .

٥ ـ أن يملك القدرة على التكيف في مخاطبة الجماهير على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم الفكرية والثقافية .

٦ ـ أن يكون شخصية اجتماعية طيبة .

٧ ـ أن يكون مؤمنا بسمو رسالته ـ حريصا على أدائها في أكمل صورة وعلى أحسن وجه .

* * *

ثانيا : الرسالة الاعلامية :

هى الحقيقة أو الفكرة أو المفهوم المطلوب توصيله ؛ بحيث يحدث التأثير المطلوب لدى المستقبل . واستجابة المستقبل للرسالة هو مقياس نجاحها الوحيد .

والرسالة الإعلامية التي لا تحدث تأثيا ايجابيا لدى المستقبل

إنما تمثل جهدا إعلاميا ضائعا .

ويمكننا إيجاز عوامل نجاح الرسالة الاعلامية فيما يلى :

١ ـ أن تكون في دائرة اهتمام القطاع الاكبر من جمهور المستقبلين . وهو ما يعبر عنه بصفة « القرب » « Proximity » بمعني أن الناس دائما ـ أكثر اهتماما بما يحدث في مجتمعاتهم الخاصة وما يمس حياتهم مباشرة ـ ثم بشئون الدولة ـ ثم بما يجرى في المجتمعات الأخرى من العالم .

٢ ـ أن تتناسب الرسالة الاعلامية مع الوسيلة الاعلامية التي تبث من خلالها .

٣ ـ أن تكون في صيغة مقبولة وأسلوب مناسب بحيث تتواءم مع عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم .

٤ ـ يجب ألا تتصادم الرسالة الاعلامية مع عادات المجتمع وتقاليدة كما أنها يجب ألا تبدو غريبة على الحس الاجتماعى العام للجمهور .

* * *

ثالثا : الوسيلة :

وهى وسيلة الاتصال بالجماهير ، والتي من خلالها يتم وصول الرسالة الإعلامية الى مستقبليها .

وتتعدد وسائل الإعلام ما بين مطبوعة وسمعية وبصرية . . . . الخ ولكل وسيلة مميزاتها وتاثيرها الخاص المميز .

١ ـ الاذاعة :

يعتبر الإرسال الاذاعى من أقدر وسائل الاتصال حيث انه

يتميز بعامل السرعة والقدرة على الإنتشار الواسع .

ومن مميزات الإرسال الاذاعى ما يلى :

ـ القدرة على مخاطبة أكبر قطاع من الجماهير من خلال حاسة السمع ، وهو الأمر الذى لا يتطلب جهدا في الإستقبال والمتابعة .

ـ القدرة على الوصول بالرسالة الاعلامية الى أوسع دائرة استقبال وهو الأمر الذى يصعب تحقيقه من خلال الوسائل الأخرى .

ـ يتميز الارسال الاذاعى بتأثير خاص ـ لاسيما بين المجتمعات التي تزيد فيها نسبة الأمية والمجتمعات النامية على وجه العموم .

ـ يستخدم الارسال الاذاعى ـ الحوار والمؤثرات الصوتية والموسيقي بقدرة فائقة تنجح في إثارة انفعالات المستمع ، وهو ما يطبع في نفس المستمع صورة لعالم غير منظور ـ من خلال التأثير الصوتي .

* * *

٢ ـ التليفزيون (التلفاز ـ المرناة)

يتميز « التليفزيون » بين الوسائل الاعلامية ـ يجمعه بين العناصر الثلاثة المؤثرة وهي : الصوت والصورة والحركة . ويتميز التليفزيون ـ بأنه أنجح وأقدر وسيلة على مخاطبة المجتمع المحلى والتأثير فيه . إذ أنه أقرب الوسائل إلى وسيلة « الاتصال بالمواجهة » بل إنه يتميز على وسيلة « الاتصال بالمواجهة » في مجال التأثير والإقناع بما يتوفر فيه من القدرة على تسجيل الأحداث

بالصوت والصورة . وقد أثبتت الدراسات العلمية والاحصائية أن التليفزيون هو أقدر الوسائل وأكبرها تأثيرا وجذبا للأطفال والعوام ولا سيما في القطاعات الغير مثقفة من المجتمع .

واذا كان التليفزيون ـ هو أقدر الوسائل الاعلامية المحلية على التأثير في الجمهور ـ الا أنه يتطلب التفرغ الكامل ويستغرق حواس مشاهدية ، وهذا ما يحتم ضرورة الدراسة الدقيقة والإختيار الأمثل للمادة الاعلامية ـ أو الرسالة الاعلامية ـ المقدمة من خلاله ، ذلك أن الدراسات العلمية الحديثة ـ قد أثبتت خطورة التأثير المباشر لما يقدم خلال الإرسال التليفزيون ـ وخاصة على الأطفال والمراهقين ـ كافلام الجنس والجريمة وحتي تلك التمثيليات المتعلقة بالمشكلات الاجتماعية ، كما قد أثبتت الدراسات النفسية ان استغراق المشاهد في متابعة برامج التليفزيون لساعات متصلة ـ يوهن عزيمته ويكسبه سلبية متزايدة على مر الأيام ويعظم ذلك الأثر في صغار السن .

كما اثبتت الدراسات الطبية خطورة الاشعاعات التليفزيونية على شبكية العين عند الأطفال ـ إذ تتعرض الشبكية لخطر تهتك بعض خلاياها بالتعرض الطويل عن قرب لإشعاعات التليفزيون . ولذلك فان العلماء يطالبون الهيئات المسئولة عن الإعلام بتحديد ساعات الرسال التليفزيوني وانتقاء البرامج المفيدة النافعة الخالية من الإثارة الضارة (نفسيا وعصبيا وخلقيا) ، كما يهيبون بالآباء والامهات ألاّ يشركوا اطفالهم في مشاهدة البرامج التي لا تناسب اعمارهم واهتماماتهم وألا يسمحوا لهم بالجلوس أمام شاشة

التليفزيون ساعتين متصلتين .

ومما لا شك فيه ان التليفزيون يمثل أداة تربوية وتثقيفية وتعليمية وترفيهية فعالة ونافعة إذا أحسن استخدامه وتوجيهه .

* * *

٣ ـ (الخيــــالة) :

سبقت « الخيالة » التليفزيون في ظهورها ـ إلا أن اختراع التليفزيون قلل حاجة الناس في استخدامها الى حد كبير .

وهى من الوسائل الاعلامية السمعية ـ البصرية ـ التي تمتاز بتأثيرها القوى وقدرتها الفائقة على استهواء الجماهير .

وقد استغلتها كثير من الدول ـ في مجال الدعاية . وكذلك في سجيل الأحداث التارخية الكبرى في حياتها ، وقد تطورت صناعة « الخيالة » عالميا وأصبحت مجالا لتقديم مختلف جوانب الفكر الإجتماعى والسياسي بين الدول .

كما أن الأفلام التسجيلية قد أصبحت من أهم وسائل الاعلام الخارجى بين الدول والمجتمعات .

* * *

٤ ـ الوسائل المطبوعة :

تشمل الوسائل المطبوعة : الكتب والكتيبات والصحف والمجلات والنشرات واللافتات والمصقات .

وتتميز الوسائل المطبوعة بما يلى :

(أ) هى أفضل الوسائل لمعالجة الموضوعات الطويلة التي تحتاج الى بحث وتفصيل ـ إذ أنها تتيح قدرا أكبر من حرية العرض

والإسهاب لتوضيح الفكرة وتناول شتي جوانبها .

(ب) تحتفظ الوسائل المطبوعة بالمادة الاعلامية أطول مدة ممكنة تحت الطلب أى تحت تصرف القارىء ـ فيمكنه الرجوع اليها في أى وقت شاء .

(ج) تتميز الوسائل المطبوعة بأنها أفضل الوسائل للاتصال مع القطاعات المتخصصة من الجماهير ـ ممن يعنيهم الموضوع أو المادة أو الرسالة .

(د) تحتاج الوسائل المطبوعة الى إسهام المستقبل (القارىء) واقباله عليها ـ ذلك لأن عملية الاتصال ـ أو الاعلام بهذه المطبوعات لا تتم إلا اذا كان القارىء صادق الرغبة في استقبالها .

لذلك فان إصدار العمل الإعلامى المطبوع لابد أن يُسْبَق بدراسة واعية لعوامل نجاحة وأهم عوامل نجاح اعمل الاعلامى المطبوع تتمثل فيما يلى :

(أ) المضمون ـ أو المادة الاعلامية ذاتها .

(ب) اسلوب وطريقة المعالجة للموضوع .

(جـ) المظهر والطباعة .

(د) التوزيـــــع .

ومما لا شك فيه ان الوسائل المطبوعة ـ الكتب والصحف والمجلات وغيرها قد تأثرت في مضمار توزيعها واقبال الجماهير عليها ـ بوسائل الإعلام المتطورة الأخرى وأهمها « التليفزيون » ـ مما استلزم ضرورة تطويرها بالشكل الذى يغرى القراء بالاقبال عليها ـ وهو ما نشهده من الاجتهادات المسمرة في

التطوير والتجديد والتنويع في شتي المطبوعات .

* * *

٥ ـ الاتصال بالمواجهة (الاتصال الشخص والجمعى) :

كان الاتصال الشخص والاتصال الجمعى من أول وسائل الاتصال بالمواجهة بين البشر فالاتصال الشخص هو التقاء فرد بفرد ـ أحدهما يتكلم والأخر يستمع ، ثم كان الإتصال الجمعى ـ حيث يلتقي فرد بجماعة أو بجمهور من الناس فيخاطبهم وجها لوجه .

ومن فنون الاعلام بالاتصال الجمعى : الخطبة والمحاضرة والندوة .

(أ) **الخطبة** : وهى من الفنون الاعلامية القديمة ، وقد ظهر أثرها في شبه الجزيرة العربية ـ وخاصة في أسواق العرب في الجاهلية وكذلك عند الرومان . والخطبة وسيلة إعلام هدفها الإقناع واستمالة الرأى بالتأثير في العقل والعاطفة معا . وما زالت الخطبة من الفنون الاعلامية المؤثرة في المجتمعات الحديثة حتي عصرنا هذا .

(ب) **المحاضـــرة** : تختلف المحاضرة عن الخطبة ـ في اعتماد المحاضرة على الحقائق المجردة والإحصاءات الدقيقة والحجج المنطقية بدون الاعتماد على التأثير في العواطف . وتستخدم ـ المحاضرات في شتي مجالات المعارف العلمية والإنسانية .

(جـ) **النـــدوة** : وهى مجال خصب للاعلام والتعرف على الآراء وبحث المشكللت واستكمال جوانب موضوع ما من

خلال تبادل الرأى والمناقشة . وتمر الندوة بمراحل ثلاث هى :

(١) مرحلة الإعداد .

(٢) مرحلة التنفيذ (إدارة الندوة) .

(٣) مرحلة التقويم ـ وهى المرحلة التي يتم خلالها صياغة النتائج وبحث الجوانب التي استكملت وتلك التي لم تستكمل في نطاق البحث ـ من خلال الندوة .

ورغم تعدد وسائل الاتصال الحديثه ـ فما زالت فنون الاتصال بالمواجهة ـ تتميز بتأثيرها الخاص بين فنون ووسائل الاعلام .

* * *

رابعا : المستقبل :

المستقبل هو الشخص أو الجماعة أو الفئة أو القطاع من الجمهور الذى يستقبل الرسالة الاعلامية ، ويحدث لديه التأثير المرجو أو المطلوب بالرسالة .

والمستقبل هو العنصر الذى ينبغى دراسته دراسة دقيقة مستفيضة قبل دراسة وانتقاء الرسالة الاعلامية في كل عملية إعلام . ذلك أن مواصفات الرسالة الاعلامية الناجحة لا تتحدد إلا بدراسة مستقبليها ويتم ذلك من خلال عدة دراسات تشمل : الإهتمامات ومستوى الثقافة ، والأفكار السائدة بين الجمهور المستقبل للرسالة وكذلك العادات والتقاليد . . . الخ . وعلى أساس نتائج تلك الدراسات يتم انتقاء الرسالة الاعلامية وموضوعها والأفكار التي تتضمنها وكذلك صيغة الرسالة ولغة

المخاطبة والوسيلة الاعلامية المناسبة لها .

وقد عنيت هيئات الاعلام في كثير من المجتمعات بهذه الدراسات الخاصة « بالمستقبل » ـ لا سيما في الاذاعات الموجهة التي أصبحت تمثل ميدانا دعائيا هاما في مضمار السياسة والتسويق التجارى لدول العالم المعاصر .

* * *

خامسا : التأثير (أو الاستجابة) :

وهو الغاية النهائية المطلوبة من عملية الاعلام . ذلك أن الهدف من عملية الاعلام هو احداث استجابة « Response » للرسالة الاعلامية لدى المستقبل ومما لا شك فيه أن لكل عملية اعلامية تأثير معين ـ حتي ولو كان هذا التأثير ممثلا في عدم الاستجابة للرسالة الاعلامية أو اللامبالاة بمضمونها .

وتقييم عنصر التأثير في العملية الاعلامية ـ لا ينحصر في تحديد حدوث الاستجابه أو عدمها لدى المستقبل وإنما يتعلق بنوع التأثير الحادث وكمية ذلك التأثير ، وهل هو في الاتجاه المطلوب وبالكم المتوقع أم أن رد الفعل سلبي أو أنه في غير الاتجاه المطلوب . . . . . الخ وقد أجريت عدة دراسات مستفيضة في هذا الميدان لتحديد العوامل التي تتحكم في عنصر التأير (استجابة الجمهور المستقبل ـ للرسالة الاعلامية) ، فوجد أن أهمها ما يلي .

(أ) مدى اكتمال العناصر الاعلامية الاخرى (المرسل ـ الرسالة ـ الوسيلة . . . .) بمعني أنه اذا كان هناك قصور في كم التأثير أو نوعه واتجاهه ، فقد يكون الخطأ في المرسل

أو أن الرسالة غير مناسبة أو أن الوسيلة غير مناسبة للقطاع المستقبل . . . . . الخ .

(ب) **عملية الانتقاء** : (وتشمل التعرض الانتقائي والادراك الانتقائي والتذكر الانتقائي .

(١) **التعرض الانتقائي** . وهو انتقاء الأفراد لما يتفق ويتناسب مع اهتماماتهم واتجاهاتهم ووجهات نظرهم من مواد وبرامج الاعلام .

(٢) **الادراك الانتقائي** : وهوإدراك الناس لوجهات النظر المتفقة مع آرائهم وميولهم وإعراضهم عما يخالفها .

(٣) **التذكر الانتقائي** : وهو تذكر الناس للمواد الإعلامية التي تتفق مع آرائهم ، بينما يميلون إلى تناسي وإهمال ما يخالف آراءهم وميولهم .

وبديهى أنه لابد من دراسة عناصر الإعلام الأولى الأربعة بالنسبة لأى عمل اعلامى لكى يتحدد عنصر التأثير الخاص به ـ كما واتجاها .

* * *

تلك هى عناصر الإعلام الحديث ، والتي يمثل اكتمالها في إى عمل اعلامى ـ مقومات نجاحه ـ فيما لو بنية على أساس من الدراسة الواعية والحساب السليم .

* * *

نظـــريات الاعـــلام

نشأت عدة نظريات في العصر الحديث في مجال الاعلام ، وكل من تلك النظريات كان وليد بعض النظم السياسية والاجتماعية أو المذاهب الاقتصادية في بعض المجتمعات .

وحين نعرض لتلك النظريات ـ فليس للتسليم بصحتها أو للمقارنة بينها أو لتفضيل إحاها على غيرها ، وليس أيضا لاستنباط نظرية إسلامية للاعلام من خلالها ، فالإعلام الاسلامى غني عن التنظير والنظريات في فكرة وتطبيقاته ، ولكننا إذْ نعرض لمضمون تلك النظريات الوضعية السائدة فإنما لنتبين البون الشاسع بين الأسس التي قامت عليها ـ وبين أسس الإعلام الإسلامى بما تتميز به من قوة وثبات ونقاء .

* * *

١ ـ نظرية السلطة : [١]

هى نظرية استندت إليها الحكومات الاوروبية في عصر النهضة ـ لتفرض الولاء على رعاياها ، وقد كان الإنغلاق الكنس وراء الترويج لهذه النظرية ، واليه ينسب الأثر الاكبر في انتشارها . وقد ذهب أنصار هذه النظرية الى القول بأن سلطان

---

(١) (*) النظرة الاسلامية للإعلام ـ محاولة منهجية ـ محمد كمال إمام ـ ص ٤٢ ـ بتصرف)

الحكام هو تعبير صادق عن الإرادة الإلهية ومن ثم فهو سلطان ومطلق لا تقيده قيود ولا تحده حدود ، وقد كان الإعلام بمقتض هذه النظرية يمثل صوت الحكام ـ ويصادر حرية التعبير لمن سواهم من خلال القيود المتنوعة والرقابة المشددة والضرائب الباهظه والعقوبات الصارمة التي بلغت حد الإعدام في ذلك العصر.

٢ ـ نظرية الحـــريـة : (١)

قامت هذه النظرية على أكتاف النظام الاقتصادى الرأسمالى ـ وقد كانت وليده حركة الرأسمالية في مواجهة الإقطاع الاوروبي والسلطة الاستبدادية المطلقة للحكام ـ التي تحدثنا عنها في النظرية السابقة ، وقد رفعت « نظرية الحرية » ـ شعار « حرية التعبير للفرد الى أقصي حد » ، وقد أدى ذلك إلى ظهور نوع من الفوضي الإعلامية والتي انعكس أثرها على البنيان الإجتماعى في معظم دول أوروبا ، وسرعان ما تحولت وسائل الإعلام إلى أبواق تابعة للجهات والفئات الرأسمالية القادرة على تمويلها ـ لتحقيق أهدافها الخاصة والمتنوعة على الصعيدين ـ المحلى والخارجى.

نظرية المسئولية الاجتماعية : (٢)

أسفرت الرأسمالية ـ كما ذكرنا عن ظهور مفهوم « الحرية المطلقة » في مجال الإعلام ، وقد كان من نتاج ذلك انتشار ظاهرة الفوضي الإعلامية كنتيجة مباشرة لرفع القيود عما يكتب وينشر ،

---

(١) (٢) (تلخيص عن المصدر السابق)

مع الرغبة في الكسب المادى السريع ، وقد أدى ذلك الى انحدار المنافسة الاعلامية الى ميدان الإثارة الرخيصة والانحلال الخلقي ـ بحيث أصبحت الصحف والكتب وسائل إفساد فكرى وخلقي .

ومن هنا كانت الضرورة الملحة إلى فرض نوع من الالتزام والمسئولية لحماية المجتمع من الانهيار ، فظهرت قوانين النشر والصحافة ـ والتي قصد بها تحقيق التزام الإعلام بمفهوم « حرية الاعلام » ـ على أنها حق وواجب ومسئولية ـ يحاسب رجل الاعلام بمقتضاها أمام الهيئة الإجتماعية . لكن هذه النظرية ـ نظرية المسئولية الاجتماعية ـ لم تستطع تحقيق أهدافها في مجتمعاتها بالقدر الذى يحق مفهوم المسئولية الإجتماعية الحقيقية ويحافظ على سلامة الكيان الاجتماعى ، وهو ما نشهده جليا حتي الآن في كل المجتمعات الغربية من تفكك وانحلال .

النظرية السوفيتية :

نشأت هذه النظرية مع قيام الثورة البلشفية عام ١٩١٧ م وهى جزء لا يتجزأ من النظام الشيوعى ، وهدفها الوحيد يتمثل في الدعاية والترويج لذلك المذهب .

وبمقتضي هذه النظرية ـ تسيطر الدولة على الكلمة والصورة والخبر في كل وسائل الاعلام ومجالاته ـ بحيث يصبح الاعلام بكل صوره واشكاله معبرا عن وجهة نظر الحزب الشيوعى لاغير .وما زالت هذه النظرية مطبقة وسائدة في كافة مجتمعات المعسكر الشيوعى .

وبالنظرة العابرة إلى نظريات الإعلام الأربع السابقة نستطيع أن نتبين أنها جميعا ـ تتردد بين منطق فرض السلطة ومنطق التمرد على كل قيد وسلطة بمعني أنه إما أن تكون هناك سلطة قاهرة ، تكمم الأفواه وتكسر الأقلام وتلغى حرية الرأى وحق التعبير عنه ـ وهو ما تمثله نظر ةالسلطة القديمة ونظرية السوفييت القائمة حتي الآن ، وإما أن تطلق حرية الاعلام بغير حد ولا قيد ـ فيقول كل فرد ما يشاء ويكتب وينشر ما يشاء ويدعو الى ما يشاء ، وحيث يصبح الإعلام بذلك ساحة للضجيج الحافل بالتناقض الصارخ والتطرف المشين ـ باسم حرية الرأى والتعبير ، وهو ما أرته في المجتمعات الغربية « نظرية الحرية في الاعلام » ـ ولم تفلح نظرية المسئولية الاجتماعية في كبح جماحه .

ومما يجدر ملاحظته أن لا يوجد في أى نظرية من نظريات الاعلام السابقة إطار يحدد منبع الكلمة الإعلامية وغايتها على أساس من القيم العليا أو مبدأ النفع والنصر ، وانما هو الخلاف على من يقول ومن يسمع ومن يكتب ومن يقرأ . وقد يفتن البعض بما قد حققته حرية الإعلام في المجتمعات الغربية ويكون الاعلام في تلك المجتمعات قد أصبح يمثل السلطة الرابعة التي تراقب السلطات الثلاث : التشريعية والتنفيذية والقضائية وهو ما يتيح للفرد التربص بالسلطة الحاكمة وتصيد أخطائها ومن ثم مهاجمتها ، لكن هذا الفرد ذاته معرض للاصطياد من قبل أجهزة الاعلام ذاتها ـ في أى من مواقع الخطأ أو الحرج سواء في حياته الخاصة أو العامة

ـ إذا كان في ذلك ما يمثل مادة إعلامية مثيرة لاهتمام الجمهور ـ بصرف النظر عما قد يلحق بالفرد من أضرار ، وما قد ينعكس على المجتمع من جراء ذلك . فهو الإعلام المتربص الباحث عن الإثارة باسم الحرية ، وفي النهاية نجد أن المواطن القارىء للصحف والمستمع للاذاعات والمشاهد لبرامج التليفزيون ـ في تلك المجتمعات . هو مجرد سلعة مستهدفة من قبل المؤسسات الإعلامية المختلفة ، ذلك أن المطلوب دائما هو إثارة اهتمامه بأى ثمن وبأى وسيلة ؛ حتي لو كان ذلك باستنزاف طاقته العصبية والنفسية وتشكيكه في كل ما يجرى حوله ، وهوما ينعكس على بنيان الأسرة والمجتمع بشتي الاضرار التي لا تحتاج إلى تفصيل أو بيان .

* * *

المجتمع الاسلامي والاعلام

حين نعرض للحديث عن الإعلام في المجتمع الإسلامى ـ فينبغى أن نبدأ بتقرير حقيقة أن الاعلام ليس إضافة مستحدثه أو ضرورة تقتضيها ظروف العصر أو طبيعة التطور ليتزود بها المجتمع الاسلامى ، بل ينبغى أن نعلم أن الإعلام جزء من الدعوة الاسلامية وسمة ظاهرة من سمات المجتمع الاسلامى ، فالمجتمع الاسلامى هو مجتمع الإتصال الدائم ، والوحدة الكاملة ، والفكر الواحد والشعور الواحد والنظرة الواحدة الى الأمور من منطلق العقيدة ، وهو المجتمع الذى يتميز بوجود الدعوة المتجددة الى الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر ، والسعى الى تحقيق ما ينفع الناس .

والإعلام في المجتمع الاسلامى يتميز بخصيصة فريدة ، ذلك أنه إعلام متداخل متكامل ـ ينبغ من العقيدة الاسلامية السمحه ويتخلل حياة المجتمع بكل تفاصيلها ودقائقها ، فهو أشبه ما يكون بخيوط النسيج المتداخل والمنتظم في حياة المجتمع الإسلامى .

وثمة حقيقة لا تخفي ـ هى أن الاسلام قد أرسي وحقق أنجح وأكمل وأفعل وسائل الإتصال بين أفراد المجتمع الاسلامى ـ في الوقت الذى كانت فيه الأمم الاخرى تتخبط في متاهات الجهل والخرافة والشائعات ، والعزلة الاجتماعية الموحشة بين الإفراد والجماعات ـ في شعوبها .

وعلى ذلك فلا ينبغى النظر إلى الإعلام في المجتمع الاسلامى ـ على أنه سمة مستحدثة أو قضية منفصلة عن مسار

الدعوة الاسلامية وحياة المجتمع المسلم ، بل يجب أن ننظر إليه في موضعه الحقيقي وبوظيفته الشاملة في حياة المجتمع الاسلامى .

١ ـ الإعلام الإســـلامي :

يعرف الإعلام عامة على أنه الاتصال الذى يتضمن الإخبار أو نقل العلم بالشيء أو الحدث أو نقل المعارف والخبرات والأفكار ـ على الإطلاق .

وإذا شئنا أن نضع تعريفا متميزا للإعلام الاسلامى فلابد أن نرجع الى كتاب الله الكريم وهو منبع الهداية للإمة المسلمة ، لنقرأ قول الحق تبارك وتعالى « في سورة آل عمران الآية ١٠٤ :

﴿ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر ، وأولئك هم المفلحون﴾ .

وقوله تعالى في سورة النحل الآية ١٢٥ :

﴿ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجاد لهم بالتي هى أحسن ، إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين﴾ .

من هنا نجد أن الاعلام الاسلامي لابد وأن يكون نابعاً من الاسلام متأدبا بأدابة ملتزما بأوامره منتهيا عن نواهيه ، وأن يكون دائما في إطار الدعوة إلى الخير والأمر بالمعروف والنهى عن المنكر .

والدعوة الى الخير تشمل كل نفع يعود على المجتمع المسلم ومن ذلك نقل المعارف والخبرات والافكار النافعة البناءة ، وكذلك كل ما من شأنه تقوية بناء المجتمع الإسلامى ودرء الخطر عنه ، وكذلك فان الإمر بالمعروف هو تربية متجددة دائمة لأفراد المجتمع

الاسلامى على منهج الحق والرشاد ، والنهى عن المنكر هو حماية لبناء المجتمع من الآفات والادواء على اخلاف أنواعها .

وعلى ذلك فإن أى تعريف للإعلام الإسلامى لابد وأن يتضمن أنه « الاتصال الشامل الذى يدعو الى الخير ويأمر بالمعروف وينهى عن المنكر ويحقق أسباب النفع والصلاح للمجتمع المسلم بالإضافة إلى الدعوة الى سبيل الله عزوجل » .

* * *

تنظير الإعلام الاسلامى :

من الخطأ أن يسعى بعض الباحثين إلى تنظير الاعلام الاسلامى ـ فالإعلام الاسلامى غني عن التنظير والنظريات .

والذين يحاولون بحسن نية ـ وضع أو ابتداع نظرية للإعلام الاسلامى أسوة بنظريات الاعلام الوضعية الحديثه ـ يخطئون من حيث لا يشعرون ـ للأسباب الآتية

أولا : أن النظريات الإعلامية السائدة ـ قد بدأت جميعها من فراغ وقد نشأت وليدة مذاهب سياسية أو اقتصادية ـ بينما الإعلام الاسلامى إعلام نابع من دين الله عزوجل الذى ارتضي لعباده ـ ومرتبط بهذا الدين علما وعملا وعقيدة ومنهاج حياة ، ولما كانت النظريات في كل الأحوال تبني على افتراضات وآراء عقلية بحته ـ فمن الخطأ أن نضع الإعلام الإسلامى وهو نبت الدين والعقيدة في مصاف النظريات الوضعية المتناقضة .

ثانيا : أن الاعلام الاسلامى لا يمكن أن تحتويه نظرية مهما بذل فيها من جهد ودراسة وبحث .

واقرب الأمثلة على ذلك أن هناك مؤلفات كثيرة ومتعددة تعرضت لأساليب الدعوة في القرآن الكريم وكذلك لقصص القرآن الكريم وغير ذلك مما لا يزال يحوم حوله الدارسون والباحثون فيقفون في نهاية الأمر أمام عظمة الإعجاز البياني لكتاب الله الكريم خاشعين وقد عجزت مداركهم عن الإحاطة بأساليب الاعلام والبيان المعجزة في الكتاب الكريم .

وكذلك فإن أى باحث لا يستطيع أن يحتوى الأحاديث النبوية الشريفة خلال نظرية إعلامية . مهما كانت ، وأيضا فإن السيرة النبوية الشريفة تتضمن سجلا إعلاميا عظيما لا يمكن فصله عن مسار الدعوة . فأى نظرية إعلامية تستطيع الإحاطة بكل هذا أو بعضه . .

وبديهى أنه من المحال أن نستطيع أو نحاول ابتداع نظرية اعلامية إسلامية منفصلة عن ديننا وشريعتنا لتكون « نظرية اعلام اسلامى » وإذاً فكل محاولة لتنظير الإعلام الاسلامى هى جناية على الإعلام الاسلامى وتضييق لافاقة ، والأحرى بنا أن ننكب بالدراسة والتأمل والتفكير على مابين أيدينا من منابع الهداية ـ في كتاب الله الكريم والأحاديث النبوية الشريفة وتراث الفكر الاسلامى ، وليكن ذلك هو منطلقنا إلى بناء وتحديد أسس قوية لإعلام حديث ومتطور ـ يتميز بالقوة والتأثير والفعالية ، ويحمل نورانية الإسلام في الكلمة والفكر والأسلوب والغاية ـ إلى أنحاء الأرض . وحينئذ ، وبغير حاجة إلى نظريات نستطيع أن نعون :

هذا هو الإعلام الاسلامى .

منابع الفكر في الاعلام الاسلامي

ذكرنا فيما سبق ـ أن نظريات الاعلام في شتي المجتمعات الغير إسلامية كانت نتاج مذاهب إقتصادية وسياسية ، أو تحولات إجتماعية ـ حددت نهج الاعلام فكره وسماته في تلك المجتمعات بمعني أن الاعلام في تلك المجتمعات ـ هو في حقيقته مجرد انعكاس لصورة تلك للمذاهب الاقتصادية والسياسية وما تبعها من تغيرات إجتماعية .

ومن هنا نجد أن الفكر الاعلامي في تلك المجتمعات ـ فكر تابع ، يقوم على خدمة النظم والمذاهب السائدة في المجتمع ، يروج لها ، ويعبر عنها ، ويضع اللغة الملائمة للحوار الاجتماعي خلال كل مرحلة تحول أو تغير ـ يطرأ على المجتمع في ظل تلك النظم والمذاهب .

وبديهي أنه لا يوجد وجه مقارنة بين منابع الفكر الاعلامي في تلك المجتمعات وبين منابع الفكر للاعلام الاسلامي .

ذلك أن الاعلام في كل صوره واشكاله ـ يقوم على « الكلمة » ولا وجه للمقارنة بين الكلمة النابعة من دين الله عز وجل ـ والمتأدبة بآداب الاسلام ـ وبين كلمة مشتقة من مذهب اقتصادي أو من نظام سياسي أو غير ذلك من تسميات النظم المادية المتغايرة المتناقضة .

ذلك أن الفارق بين الفكر الاعلامي في الاسلام وأي فكر اعلامي آخر ـ هو الفارق بين كلمة المرشدة الهادية والكلمة القائمة على الظن والأهواء ـ وشتان ما بين الكلمتين.

نخلص من ذلك إلى أن الاعلام الاسلامي يقوم على الكلمة كما يرتضيها الاسلام ـ فكراً واسلوباً ومنهجاً وغاية.

ومن هنا نستطيع أن نحدد منابع الفكر للاعلام الاسلامي ممثلة فيما يلي:

١ ـ القرآن الكريم:

يعرف الأصوليون القرآن الكريم بأنه: «كلام الله تعالىٰ ـ المنزل على رسوله محمد ﷺ باللفظ العربي، والمنقول بالتواتر والمكتوب في المصاحف، وهو وحده الذي تصح به الصلاة، قال تعالى: ﴿ **فاقرأوا ما تيسر من القرآن** ﴾، كما يتعبد ويتقرب إلى الله بتلاوته في تدبر، ويحكم بكفر من ينكره في جملته وتفصيله، وهو العمدة والمرجع الأول في معرفة الأدلة والأحكام الشرعية، فهو الدستور الأساسي ومصدر المصادر وأصل الأصول»[١] والقرآن الكريم بهذه الخصائص هو مصدر المصادر لكل فكر اسلامي ولا يستطيع باحث أو مفكر أو كاتب أو رجل إعلام مسلم أن يستغني في مجاله عن كتاب الله الكريم.

---

(١) أصول الفقه الاسلامي. د. زكريا البري ص ١٥.

وقبل أن نعرض لأهمية القرآن الكريم كمصدر أساسي للفكر الاسلامي عامة والفكر الاعلامي ضمنا ـ ينبغي أن نقرر ظاهرة لا تحتاج إلى بيان أو تفصيل ، ذلك أن القرآن الكريم ـ إلى جانب أنه المنبع الجامع لمصادر العلم والحكمة والنور والهداية ـ فهو أيضاً منبع الاعلام الأول ـ الذاتي والدائم والمتجدد ـ لكل مسلم ولكل مجتمع اسلامي . فالقرآن الكريم يتميز بخصيصة « الاعلام الذاتي » ، أى أن المسلم حين يتلو القرآن الكريم أو حين يستمع إلى آياته الكريمة تتلى عليه ـ يتلقي العلم والتوجيه والنصح والارشاد ـ ضمن ما يتعرض له من فيض النور والهدى والرحمة في آيات الكتاب الكريم ، وكذلك فان المسلم حين يقرأ القرآن الكريم متدبراً آياته الكريمة ، تنشط ملكاته الفكرية والنفسية للاستقبال والتلقي والتفهم ، وهي الحالة التي نادراً ما تتحقق خلال أي عملية اعلام أخرى بين مرسل ومستقبل .

وحين نذكر القرآن الكريم ـ على أنه المصدر الأول الذي يجب أن يكون للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي ـ فلسنا نعني بذلك أن يكون القرآن الكريم هو المصدر المباشر للمادة الاعلامية في كل الأحوال ـ وإنما أن يكون الفكر الاعلامي ـ فكراً اسلامياً نقياً نلمس في جذوره وفي منبته روح القرآن وخلق القرآن وآداب القرآن . وعلى سبيل المثال ـ ولله المثل الأعلى ـ نجد أن من خصائص القصص القرآني الكريم تجنب كل ما من شأنه إيذا الشعور البشري أو إثارته ـ سواء في اللفظ أو التعبير أو الايحاء . وإذاً فحين يعمد رجل الاعلام إلى كتابة أو تقديم مادة اعلامية

تتضمن إثارة خفية أو ظاهرة أو توحي بمنكر أو تلمح إليه .... أو غير ذلك مما قد درج عليه بعض الاعلاميين ـ باسم المعالجة الواقعية ، علينا في هذه الحالة أن نرفض هذه المادة الاعلامية ، ونرفض هذا الاسلوب لأنه يتنافي مع آداب القرآن ومنهج القرآن وتعاليم القرآن .

وأيضاً ـ فحين نقول بأن القرآن الكريم يجب أن يكون هو المنبع الأول للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي ـ فإن ذلك يستلزم بالضرورة وجود الكاتب الاعلامي المسلم أو رجل الاعلام المسلم ـ الملم بعلوم القرآن الكريم ، إلى جانب إلمامه ودرايته بفنون الاعلام وثقافاته المختلفة .

ذلك أن أخطر الثغرات التي يعاني منها الاعلام في معظم المجتمعات الاسلامية ترجع إلى كون معظم الكتاب في مضمار الاعلام ـ ينحصر بين فئتين « إما كاتب يجيد فن الكتابة الاعلامية بينما يفتقر إلى معرفة علوم الدين ، وإما كاتب اسلامي ذو المام بالقرآن الكريم وعلوم الدين ـ مفتقر إلى الخبرة بفنون الاعلام وأساليبه .

ولا يخفى أن الكاتب الاعلامي الذي يجيد فن الكتابة الاعلامية ـ غير مستلهم لروح الاسلام وخلقه وآدابه فيما يكتب ـ هو أشد خطراً على المجتمع المسلم من كل غزو فكري أو اعلامي وافد .

ولذلك فان الكاتب الاسلامي الغير ملم بفنون الاعلام واساليبه . يعتبر عنصراً اعلامياً غير مؤثر إلى حد كبير في معظم

وسائل الاعلام باستثناء الكتب والمطبوعات .

لذلك فان وجود الكاتب الاعلامي المسلم ، ضرورة ملحة لابد من وجودها وتوافرها للجهاز الاعلامي في أى مجتمع اسلامي ، وهذا ما سنتناوله إن شاء الله تعالى حين نعرض لمواصفات الكاتب الاعلامي في المجتمع الاسلامي في سياق البحث .

المصدر الثاني : السنة النبوية :

السنة هي ما صدر عن النبي ﷺ من قول أو فعل أو تقرير . قال تعالى : ﴿ .. **ما آتاكم الرسول فخذوه وما نهاكم عنه فانتهوا واتقوا الله إن الله شديد العقاب** ﴾[1] .

وتتضمن السنة النبوية الشريفة ثلاثة أقسام :

١ ــ سنة مؤكدة لما ورد في القرآن الكريم .

٢ ــ سنة مبينة لما جاء في القرآن الكريم ــ تفسر مجملة وتقيد مطلقة وتخصص عمومه .

٣ ــ سنة مشرعة تبين أحكاماً سكت عنها النص القرآني ، ولكنها لا تتعارض ولا تتناقض مع ما جاء في القرآن .

ولسنا في حاجة إلى أن نبين أن السنة النبوية الشريفة ــ إنما كانت تعليما وتربية واعلاماً للمسلمين ــ عن الاسلام في كل جوانبه من العقيدة والخلق والمعاملات والآداب .. ومن هنا كان لابد للاعلامي المسلم ــ أن يستقي فكره ومادته من هذا المنبع والآداب .. وألا يحيد بمادته الاعلامية عن المنهج الذي بينته السنة النبوية

---

(١) سورة الحشر الآية ٧ .

الشريفة .

ولنتأمل ما قد جاء في كتب السيرة في وصف بعض سمات رسول الله ﷺ في هذا الصدد :

«كان ﷺ لين الكلام ، حسن الصوت وقويه ، لا يقول هجرا ، ولا ينطق هذراً ، يخاطب كل إنسان على قدر عقله ، ويتحدث مع كل قبيلة بما تعرفه ، وإذا فرح غض طرفه . سهل الخلق ليس بفظ ولا غليظ ، ولا صخاب ولا فحاش ولا عياب ولا مزاح .. » وينبغي في هذا المقام أن نشير إلى أن مهمة الرسل صلوات الله وسلامه عليهم كانت تتركز في أمور ثلاثة :

١ ــ ابلاغ رسالات الله عز وجل .
٢ ــ بيان كلمات الله .
٣ ــ الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة .

فاذا تأملنا تلك الركائز الثلاث : الابلاغ والبيان والدعوة لوجدنا أنها تتضمن كل جوانب التعليم والاعلام في أكمل وأشمل صورها .

وعلى ذلك فلا بد لرجل الاعلام المسلم من الالمام بجانب كبير من علوم الدين والثقافة الاسلامية ، وأن يتأسي بنهج الرسول ﷺ ويقيس عملية الاعلام .

المصدر الثالث : تراث الفكر الاسلامي :

حين نتحدث عن تراث الفكر الاسلامي ــ ينبغي أن نذكر أن

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفي أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

الشريفة .

ولنتأمل ما قد جاء في كتب السيرة في وصف بعض سمات رسول الله ﷺ في هذا الصدد :

«كان ﷺ لين الكلام ، حسن الصوت وقويه ، لا يقول هجرا ، ولا ينطق هذراً ، يخاطب كل إنسان على قدر عقله ، ويتحدث مع كل قبيلة بما تعرفه ، وإذا فرح غض طرفه . سهل الخلق ليس بفظ ولا غليظ ، ولا صخاب ولا فحاش ولا عياب ولا مزاح .. » وينبغي في هذا المقام أن نشير إلى أن مهمة الرسل صلوات الله وسلامه عليهم كانت تتركز في أمور ثلاثة :

١ ـ ابلاغ رسالات الله عز وجل .
٢ ـ بيان كلمات الله .
٣ ـ الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة .

فاذا تأملنا تلك الركائز الثلاث : الابلاغ والبيان والدعوة لوجدنا أنها تتضمن كل جوانب التعليم والاعلام في أكمل وأشمل صورها .

وعلى ذلك فلا بد لرجل الاعلام المسلم من الالمام بجانب كبير من علوم الدين والثقافة الاسلامية ، وأن يتأسي بنهج الرسول ﷺ ويقيس عملية الاعلام .

المصدر الثالث : تراث الفكر الاسلامي :

حين نتحدث عن تراث الفكر الاسلامي ـ ينبغي أن نذكر أن

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفي أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

الشريفة .

ولنتأمل ما قد جاء في كتب السيرة في وصف بعض سمات رسول الله ﷺ في هذا الصدد :

«كان ﷺ لين الكلام ، حسن الصوت وقويه ، لا يقول هجرا ، ولا ينطق هذراً ، يخاطب كل إنسان على قدر عقله ، ويتحدث مع كل قبيلة بما تعرفه ، وإذا فرح غض طرفه . سهل الخلق ليس بفظ ولا غليظ ، ولا صخاب ولا فحاش ولا عياب ولا مزاح .. » وينبغي في هذا المقام أن نشير إلى أن مهمة الرسل صلوات الله وسلامه عليهم كانت تتركز في أمور ثلاثة :

١ ــ ابلاغ رسالات الله عز وجل .
٢ ــ بيان كلمات الله .
٣ ــ الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة .

فاذا تأملنا تلك الركائز الثلاث : الابلاغ والبيان والدعوة لوجدنا أنها تتضمن كل جوانب التعليم والاعلام في أكمل وأشمل صورها .

وعلى ذلك فلا بد لرجل الاعلام المسلم من الالمام بجانب كبير من علوم الدين والثقافة الاسلامية ، وأن يتأسي بنهج الرسول ﷺ ويقيس عملية الاعلام .

المصدر الثالث : تراث الفكر الاسلامي :

حين نتحدث عن تراث الفكر الاسلامي ــ ينبغي أن نذكر أن

أسس الإعــلام الإســلامي

الشريفة .

ولنتأمل ما قد جاء في كتب السيرة في وصف بعض سمات رسول الله ﷺ في هذا الصدد :

«كان ﷺ لين الكلام ، حسن الصوت وقويه ، لا يقول هجرا ، ولا ينطق هذراً ، يخاطب كل إنسان على قدر عقله ، ويتحدث مع كل قبيلة بما تعرفه ، وإذا فرح غض طرفه . سهل الخلق ليس بفظ ولا غليظ ، ولا صخاب ولا فحاش ولا عياب ولا مزاح .. » وينبغي في هذا المقام أن نشير إلى أن مهمة الرسل صلوات الله وسلامه عليهم كانت تتركز في أمور ثلاثة :

١ ــ ابلاغ رسالات الله عز وجل .
٢ ــ بيان كلمات الله .
٣ ــ الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة .

فاذا تأملنا تلك الركائز الثلاث : الابلاغ والبيان والدعوة لوجدنا أنها تتضمن كل جوانب التعليم والاعلام في أكمل وأشمل صورها .

وعلى ذلك فلا بد لرجل الاعلام المسلم من الالمام بجانب كبير من علوم الدين والثقافة الاسلامية ، وأن يتأسي بنهج الرسول ﷺ ويقيس عملية الاعلام .

المصدر الثالث : تراث الفكر الاسلامي :

حين نتحدث عن تراث الفكر الاسلامي ــ ينبغي أن نذكر أن

خلافاً لما قامت عليه كل نظريات الاعلام الوضعية ـ فان الاعلام الاسلامي يقوم على أسس واضحة محددة ، ويهدف إلى غايات صالحة بناءة .

وإذا تناولنا كل نظرية من نظريات الاعلام الوضعية وتساءلنا ما هي الأسس التي تقوم عليها هذه النظرية ـ لوجدنا أنها جميعاً تخدم مذهباً اقتصادياً أو سياسياً وهذا في حد ذاته لا يعتبر بقدر ما يمثل غاية مادية بحتة .

ومن هنا نلمس الفارق الكبير والبون الشاسع بين الاعلام الاسلامي وبين مذاهب الاعلام الوضعية الأخرىٰ . فالاعلام الاسلامي يقوم على أسس واضحة تنبع من الفطرة الانسانية وتلبي حاجاتها وتجعل « الإتصال » بين الناس اتصال خير وإصلاح ، وتجعل التعارف بينهم تعارفاً على ما ينفعهم في شتىٰ سبل حياتهم ، وإذا شئنا أن نحدد أسس الاعلام الاسلامي ـ فلسنا بحاجة إلى بحث أو استنتاج أو تقصي فهي كما حددها القرآن الكريم تتمثل في أسس ثلاثة :

١ ـ الدعوة إلى الخير .

٢ ـ الأمر بالمعروف .

٣ ـ النهي عن المنكر .

وهذه الأسس الثلاثة هي التي تشكل طبيعة الكلمة الاعلامية

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفي أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

يحقق لهم النفع والقوة وبالأمر بالمعروف الذي يثبت أقدامهم على طريق الهدى والحق ، وبالنهي عن المنكر الذي يمثل آفة متربصة تهدد سلامة بنيانهم .

هذه الركائز الثلاث ـ تمثل أسس الاعلام الاسلامي لكنها لا تحدد آفاقه ولا تقيد انطلاقه ، بل إنها تيسر كل سبل الاعلام على كل المستويات وبكل الوسائل لكي يكون الاتصال بين الناس اتصالاً شاملاً يجمعهم على الخير ، واتصالاً آمناً لا يؤذي مشاعرهم ولا يفسد فطرتهم ، واتصالاً هادفاً نافعاً لا يبدد طاقاتهم ولا يشتت فكرهم ولا يستثير أهواءهم وغرائزهم .

ولا يفوتنا في هذا المقام أن نشير إلى ما أولاه الاسلام « للكلمة » من مكانة خطيرة في المجتمع المسلم . فالمسلم مطالب ألاّ ينطق إلاّ بخير وإلا فليصمت ، وهو مطالب أيضاً الا ينساق وراء الظن ـ بل عليه أن يتيقن قبل أن يبني رأياً أو يذيع خبراً .

وهو مطالب أيضاً الا يحدث بما يؤذي غيره ـ بل هو مطالب الا يحدث أو يجهر بسوء الا إذا كان مضطراً في مظلمة ـ يتلمس الانصاف فيها .

﴿لا يحب الله الجهر بالسوء من القول إلاّ من ظلم﴾ [١]

وإذا كان هذا هو شأن الكلمة « الفردية » ـ التي ينطق بها المسلم في أضيق الدوائر ـ فما بالنا بالكلمة الاعلامية الموجهة إلى ملايين المسلمين في المجتمع ـ الاسلامي بأسره .

إن الكلمة الاعلامية في المجتمع الاسلامي ـ ينبغي أن تكون

---

(١) سورة النساء ـ ٧ .

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفي أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

الجديد . وغني عن البيان أننا نرى كيف تتحول وتتغير وتتطور تلك المجتمعات ـ في الاتجاه الذي ينذر بالتفكك والدمار ، جيلا بعد جيل ، ولا شك أن الفكر الاعلامي يضطلع بالدور الأكبر في صياغة المفاهيم الخلقية والاجتماعية في تلك المجتمعات ، ولأنه لا يقوم على أسس راسخة من القيم العليا ، ولا يلتزم باطار خلقي محدد ـ فهو دائماً في سعيه وحرصه على النجاح والتطور : يسبق ليحفر هاوية فكرية جديدة ـ يتردى فيها من يتردى من أفراد المجتمع باسم التجديد والتطور وحرية الاعلام .

ونأتي الآن إلى المجتمع المسلم ، هو مجتمع قد صاغ قيمه العليا ومفاهيمه الخلقية والاجتماعية من شريعة الحق التي أنزلها الله عز وجل منذ بعث الله رسوله ﷺ ـ بالهدى ودين الحق . وهذه القيم والمفاهيم لا تقبل التغيير ولا التبديل لأنها ترتبط ارتباطا مباشراً ووثيقا بالدين والعقيدة ، وهي ليست مجال تجربة يخطىء فيها من يخطىء ويصيب من يصيب .

ومن هنا كان لا بد للفكر الاعلامي الاسلامي أن يقوم على الأسس الاسلامية الراسخة التي حددها الاسلام للكلمة ـ ولمنهج الدعوة عامة .

ويخطىء من يظن أن هذا الارتباط بين الكلمة والعقيدة ـ يمثل قيداً على حرية الاعلام أو حائلاً دون التطور ، ذلك أن الفارق بين حرية الاعلام في الاسلام وحرية المذاهب الاعلامية الوضعية يتمثل في أن الاسلام قد أطلق حرية الاعلام في ساحة آمنة وقرن حركة الاعلام بالدعوة إلى الخير والأمر بالمعرف والنهي عن المنكر ، فهي

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفى أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

خصائص الاعلام الاسلامي

هذا الفكر بكل جوانبه وفروعه ـ قد كان ثمرة مباشرة لتفاعل العقلية الاسلامية مع هدي الاسلام في منبعية الأصليين :

القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة . والتراث الاسلامي هنا لا يمثل منبعاً أو مصدراً للفكر الاعلامي ـ بالمقارنة بالقرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة ـ بقدر ما يمثل عامل أصالة ودافع تطور للفكر الاعلامي في المجتمع الاسلامي .

ذلك أن تراث الفكر الاسلامي هو في حد ذاته فكر اعلامي محض ، وهو فكر يتسم بالأصالة الاسلامية في منبعه وغاياته وأساليبه ، وهو بعد ذلك يمثل فكر أجيال متعاقبة من الأمة الاسلامية .

وحين نتعامل مع هذا التراث الفكري الاسلامي ـ فلا ينبغي أن ننظر إليه على أنه مجرد « أثر » أو جزء من « التاريخ » ـ ويخطىء من يرىٰ ذلك ـ فهذا التراث الفكري يمثل الأصل الأول لخط التطور الفكري الاسلامي . ولا يخفي أن معظم المجتمعات الاسلامية قد عزلت وقطعت عن الاتصال بتراث أمتها وفكر أسلافها خلال عصور متعاقبة ، وذلك عن الاتصال الفكري فيما بينها ـ بفعل عوامل شتىٰ ـ استهدفت تفتيت الوحدة الفكرية للمسلمين وسد السبل أمام تطور الفكر الاسلامي ، وكان ذلك بأيدي أعداء الأمة الاسلامية .

وإذاً فحين نتعامل مع تراثنا الاسلامي ـ ينبغي أن ننظر إليه نظرة من يريد أن يسترد هويته الفكرية وسماته الشخصية من خلاله . وحين ننادي باحياء التراث الفكري الاسلامي فلسنا نعني

ذكرنا سابقاً أن الاعلام الاسلامي متميز، يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الاسلام ومن منهج الدعوة في الاسلام. وبعبارة أخرى فإن خصائص الاعلام الاسلامي يمكن استنتاجها من خصائص «الكلمة» كما يرتضيها الاسلام:

أولاً: الصـــدق:

الصدق هو لسان الحق، وكما نعلم فان المسلم مأمور بتحري الصدق في النية والقول والعمل.

والصدق في القول هو قوام الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم، وقد نهىٰ الاسلام عن الكذب بكل صوره وأشكاله ـ قال تعالىٰ:

﴿ إنما يفتري الكذب الذين لا يؤمنون بآيات الله واولٓئك هم الكاذبون ﴾[(١)] وقال تعالىٰ: **﴿ واجتنبوا قول الزور ﴾**[(٢)]

وقال تعالى: **﴿ يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين ﴾**[(٣)].

---

(١) سورة النحل (١٠٥).
(٢) سورة الحج (٣٠).
(٣) سورة التوبة (١١٩).

ولما كان الاعلام في كل صورة يقوم على الكلمة فلابد أن تكون الكلمة الاعلامية في المجتمع المسلم ـ هي الصدق كل الصدق ـ أى لابد أن تكون صادقة المبت نابعة عن رؤية إسلامية صادقة صحيحة ، وبحيث تهدف إلىٰ تحقيق الخير والنفع للمسلمين وحين نأتي إلى مجال التطبيق الاعلامي ـ فإن صفة الصدق في الاعلام الاسلامي تستلزم ما يلي :

(أ) صدق الخبر :

وهو ما يعني الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة ولا نقصان فالخبر في الاعلام الاسلامي ينبغي أن يكون مرآة صادقة للواقع المجرد وقد أمرنا القرآن الكريم أن نتيقن ونتبين صدق الخبر ـ حتي لا تختلط الأمور ويصبح المجتمع الاسلامي نهبا للشكوك والشائعات وهما أساس كل فتنة . قال تعالى : ﴿**يآ أيها الذين آمنوا إن جآءكم فاسق بنباءٍ فتبينوآ أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين**﴾[1] .

(ب) صدق الصياغة :

من المألوف اعلامياً ـ أن نجد الخبر الواحد وقد صيغ في عدة صياغات تتسم بايحاءات تختلف حسب وجهة نظر المصدر الاعلامي

---

(١) الحجرات ٦ .

وموقفه من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

والاعلام الاسلامي في صياغته للخبر ـ ملتزم بأمانة الكلمة في الاسلام، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام اسلوب الاثارة أو ألايحاء بغير الحقيقة المجردة.

والصياغة الاسلامية للخبر ينبغي أن تتسم بصفتين:

١ ـ ذكر الحقيقة كاملة مجردة بغير زيادة ولا نقصان.

٢ ـ تحقيق وجهة النظر الاسلامية في صياغة الخبر.

بمعني أن يصاغ الخبر في صيغة تعين المواطن المسلم على إتخاذ الموقف الاسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(ج) صدق المقصد:

يتميز الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الانساني ـ عامة ـ وللمجتمع الاسلامي خاصة.

ولذلك فإن «المادة الإعلامية» في الإعلام الاسلامي لابد وأن تكون هادفة الى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يحمل في طياته أضرارا ظاهرة أو خفية ولا أن تكون مجرد «لغو» لا ينفع ولا يضر.

وقد أرسي القرآن العريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى:

﴿يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا. يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم، ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا

ولما كان الاعلام في كل صورة يقوم على الكلمة فلابد أن تكون الكلمة الاعلامية في المجتمع المسلم ـ هي الصدق كل الصدق ـ أى لابد أن تكون صادقة المبت نابعة عن رؤية إسلامية صادقة صحيحة ، وبحيث تهدف إلى تحقيق الخير والنفع للمسلمين وحين نأتي إلى مجال التطبيق الاعلامي ـ فإن صفة الصدق في الاعلام الاسلامي تستلزم ما يلي :

(أ) صدق الخبر :

وهو ما يعني الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة ولا نقصان فالخبر في الاعلام الاسلامي ينبغي أن يكون مرآة صادقة للواقع المجرد وقد أمرنا القرآن الكريم أن نتيقن ونتبين صدق الخبر ـ حتي لا تختلط الأمور ويصبح المجتمع الاسلامي نهبا للشكوك والشائعات وهما أساس كل فتنة . قال تعالى : ﴿**يآ أيها الذين آمنوا إن جآءكم فاسق بنباءٍ فتبينوآ أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين**﴾[1] .

(ب) صدق الصياغة :

من المألوف اعلامياً ـ أن نجد الخبر الواحد وقد صيغ في عدة صياغات تتسم بإيجاءات تختلف حسب وجهة نظر المصدر الاعلامي

---

(١) الحجرات ٦ .

وموقفه من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

والاعلام الاسلامي في صياغته للخبر ـ ملتزم بأمانة الكلمة في الاسلام ، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام اسلوب الاثارة أو الايحاء بغير الحقيقة المجردة.

والصياغة الاسلامية للخبر ينبغي أن تتسم بصفتين :

١ ـ ذكر الحقيقة كاملة مجردة بغير زيادة ولا نقصان.

٢ ـ تحقيق وجهة النظر الاسلامية في صياغة الخبر.

بمعني أن يصاغ الخبر في صيغة تعين المواطن المسلم على إتخاذ الموقف الاسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(ج) صدق المقصد :

يتميز الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الانساني ـ عامة ـ وللمجتمع الاسلامي خاصة.

ولذلك فإن « المادة الإعلامية » في الإعلام الاسلامي لابد وأن تكون هادفة الى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يحمل في طياته أضرارا ظاهرة أو خفية ولا أن تكون مجرد « لغو » لا ينفع ولا يضر.

وقد أرسي القرآن العريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى :

﴿يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا . يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ، ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا

ولما كان الاعلام في كل صورة يقوم على الكلمة فلابد أن تكون الكلمة الاعلامية في المجتمع المسلم ـ هي الصدق كل الصدق ـ أى لابد أن تكون صادقة المبت نابعة عن رؤية إسلامية صادقة صحيحة ، وبحيث تهدف إلىٰ تحقيق الخير والنفع للمسلمين وحين نأتي إلى مجال التطبيق الاعلامي ـ فإن صفة الصدق في الاعلام الاسلامي تستلزم ما يلي :

(أ) صدق الخبر :

وهو ما يعني الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة ولا نقصان فالخبر في الاعلام الاسلامي ينبغي أن يكون مرآة صادقة للواقع المجرد وقد أمرنا القرآن الكريم أن نتيقن ونتبين صدق الخبر ـ حتي لا تختلط الأمور ويصبح المجتمع الاسلامي نهبا للشكوك والشائعات وهما أساس كل فتنة . قال تعالى : ﴿**يآ أيها الذين آمنوا إن جآءكم فاسق بنباءٍ فتبينوآ أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين**﴾[١] .

(ب) صدق الصياغة :

من المألوف اعلامياً ـ أن نجد الخبر الواحد وقد صيغ في عدة صياغات تتسم بايحاءات تختلف حسب وجهة نظر المصدر الاعلامي

---

(١) الحجرات ٦ .

تقوم على عنصرين أساسيين :

١ ـ الكلمة الطيبة .

٢ ـ منهج الحكمة والموعظة الحسنة .

ذلك أن الفطرة البشرية بطبيعتها ، ومهما بلغ بها الانحراف لا تستطيع أن تنكر « الكلمة الطيبة » حتي وإن لم تستجب لها .

ثالثا : الشمـــولية :

يكتسب الإعلام الاسلامي صفة الشمولية من كونه « إعلاما إسلاميا » . فلما كان الاسلام هو دين الله عز وجل ـ الذي رضيه للناس كافة ـ فإن الإعلام الإسلامي يجب أن يرقي الى هذه الدرجة من « الشمولية » ـ بمعني أن يكون إعلاما قادرا على مخاطبة الناس كافة وعلى التأثير فيهم .

كما أن شمولية الإعلام الاسلامي ـ تتأكد من خلال التزامه بالمنهج الإسلامي العام ـ والذي تتكامل فيه شتي الجوانب التي تلبي حاجات الحياة الإنسانية الصالحة للبشرية جمعاء .

ثم تأتي بعد ذلك « شمولية الأداء » وهي صفة ينفرد بها « الإعلام الاسلامي » دون غيره . ذلك أن المسلم الفرد في المجتمع الاسلامي يستطيع القيام بدور إعلامي مفيد ـ سواء داخل مجتمعه أو خارج نطاق المجتمع .

وغني عن البيان والتفصيل ـ ما قام به تجار المسلمين قديما من الإسهام في نشر الإسلام في الهند وأفريقيا وأقصي بقاع الأرض ـ من خلال عمليات إعلامية فردية بوسيلة الإتصال الشخصي .

ولا يفوتنا أن نذكر هنا أن المجتمع الاسلامي بطبيعة تكوينه هو مجتمع إعلامي وذلك بما يحتمه الإسلام من التواد والتراحم والتناصح بين المسلمين .

رابعا : الثبات والمرونة :

نعني بصفة الثبات هنا ـ ثبات الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي وكذلك ثبات غاياته وأهدافه في كل زمان ومكان .

أما مرونة الإعلام الاسلامي ـ فهي تعني قدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة وتقويم كل تطور أو تغير يحدث في محيط الحياة البشرية ، وكذلك توجيه كل نشاط بشري الى الوجهة الصالحة الصحيحة .

وينبغي في هذا المقام أن نذكر أن الفكر الإسلامي منبع فياض لكل فكر إنساني يهدف الى بناء وتطوير الحياة الانسانية وهو ما يحقق عامل المرونة في مصادر الإعلام الاسلامي ، ولا يبقي بعد ذلك سوى تحقيق المرونة في استخدام الوسائل والفنون الإعلامية المتطورة ـ لكي يبلغ تأثير الإعلام الإسلامي غايته المرجوة سواء داخل المجتمعات الإسلامية أو خارجها .

بنـاء الإعــلام الاســلامي

وغني عن البيان والتفصيل ـ ما قام به تجار المسلمين قديما من الإسهام في نشر الإسلام في الهند وأفريقيا وأقصي بقاع الأرض ـ من خلال عمليات إعلامية فردية بوسيلة الإتصال الشخصي .

ولا يفوتنا أن نذكر هنا أن المجتمع الاسلامي بطبيعة تكوينه هو مجتمع إعلامي وذلك بما يحتمه الإسلام من التواد والتراحم والتناصح بين المسلمين .

رابعا : الثبات والمرونة :

نعني بصفة الثبات هنا ـ ثبات الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي وكذلك ثبات غاياته وأهدافه في كل زمان ومكان .

أما مرونة الإعلام الاسلامي ـ فهي تعني قدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة وتقويم كل تطور أو تغير يحدث في محيط الحياة البشرية ، وكذلك توجيه كل نشاط بشري الى الوجهة الصالحة الصحيحة .

وينبغي في هذا المقام أن نذكر أن الفكر الإسلامي منبع فياض لكل فكر إنساني يهدف الى بناء وتطوير الحياة الانسانية وهو ما يحقق عامل المرونة في مصادر الإعلام الاسلامي ، ولا يبقي بعد ذلك سوى تحقيق المرونة في استخدام الوسائل والفنون الإعلامية المتطورة ـ لكي يبلغ تأثير الإعلام الإسلامي غايته المرجوة سواء داخل المجتمعات الإسلامية أو خارجها .

حين نعرض لمناقشة أسس وخطوات بناء الإعلام في المجتمع الاسلامي المعاصر يجب أن نأخذ في الحسبان ، وبعين الإعتبار المطالب التالية :

أولا : أن الاعلام في المجتمع الاسلامي هو إعلام يتميز في سماته وخصائصه عن أى إعلام آخر ، وأنه إعلام موجه الى الأمة الاسلامية بأسرها الى جانب أنه يمثل مرآة المجتمع الاسلامي بين الأمم الأخرى من البشر.

ثانيا : أننا مطالبون بتحقيق الروح الاسلامية والإطار الإسلامي لعملية الاعلام في كل أشكالها وجزئياتها دون إحداث فجوة بين ما يقدم خلال أجهزة الإعلام ـ وبين واقع الحياة اليومية للمجتمع المسلم .

ثالثا : الارتفاع بمستوى الأداء الاعلامي في شتي جوانب العملية الإعلامية ـ الى أفضل مرتبة تحقق الفاعلية والتأثير لدور الاعلام في بناء وتطوير مجالات الحياة في المجتمع الاسلامي وبحيث لا تقل هذه المرتبة من الأداء عن نظيرتها في أى من المجتمعات الأخرى .

رابعا : ايجاد منهج متطور ومتجدد ـ مستقل ومتميز للإعلام الاسلامي يغني عن الحاجة الى الاستيراد والتقليد والمحاكاة لما تنهجه المجتمعات الَّا إسلامية في ميدان الإعلام .

وموقفه من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

والاعلام الاسلامي في صياغته للخبر ـ ملتزم بأمانة الكلمة في الاسلام ، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام اسلوب الاثارة أو الايحاء بغير الحقيقة المجردة.

والصياغة الاسلامية للخبر ينبغي أن تتسم بصفتين :

١ ـ ذكر الحقيقة كاملة مجردة بغير زيادة ولا نقصان.

٢ ـ تحقيق وجهة النظر الاسلامية في صياغة الخبر.

بمعني أن يصاغ الخبر في صيغة تعين المواطن المسلم على إتخاذ الموقف الاسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(ج) صدق المقصد :

يتميز الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الانساني ـ عامة ـ وللمجتمع الاسلامي خاصة.

ولذلك فإن « المادة الإعلامية » في الإعلام الاسلامي لابد وأن تكون هادفة الى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يحمل في طياته أضرارا ظاهرة أو خفية ولا أن تكون مجرد « لغو » لا ينفع ولا يضر.

وقد أرسي القرآن العريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى :

﴿يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا . يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ، ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا

وبين ما يجب أن يقرأ ويسمع ويشاهد .

ولا شك أن تحقيق هذه المعادلة أو هذا المطلب الأساسي ـ يستلزم بالضرورة إجراء دراسة تحليلية مستفيضة وإحصائيات دقيقة يمكن إيجازها فيما يلي :

١ ـ إجراء دراسة إحصائية لقطاعات المجتمع وعلاقة كل قطاع بوسائل الإعلام المختلفة .

٢ ـ دراسة احتياجات القطاعات كل على حدة ـ وما يمكن أن يقدمه الجهاز الإعلامي ويسهم به في تلبية هذه الإحتياجات .

٣ ـ إجراء دراسة إحصائية لعدد المستقبلين لكل نوع من المواد الإعلامية ـ ونسبتهم المئوية مع تحديد درجة المتابعة ومستوى الإهتمام بالمادة الاعلامية ـ ومدى الإفادة منها لدى الجمهور المستقبل .

٤ ـ إجراء دراسة تحليلية للمواد الإعلامية التي تحقق نجاحا وتحظى باهتمام ومتابعة القطاع الأكبر من جمهور المستقبلين ، وكذلك المواد الاعلامية التي يعزف جمهور المستقبلين عنها وتحديد الأسباب التي تحول دون استجابة الجمهور لها ... (هل القصور في ذات المادة أو في أسلوب المعالجة .. أو في لغة المخاطبة الاعلامية أو الإختيار للوسيلة ... إلخ)

٥ ـ إجراء دراسة تقويمية لخريطة المادة الاعلامية (في كل جهاز إعلامي) كما ونوعا ـ مع تحديد درجة الاستجابة لكل نوع لدى الجمهور .

وموقفه من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

والاعلام الاسلامي في صياغته للخبر ـ ملتزم بأمانة الكلمة في الاسلام ، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام اسلوب الاثارة أو الايحاء بغير الحقيقة المجردة.

والصياغة الاسلامية للخبر ينبغي أن تتسم بصفتين :

١ ـ ذكر الحقيقة كاملة مجردة بغير زيادة ولا نقصان.

٢ ـ تحقيق وجهة النظر الاسلامية في صياغة الخبر.

بمعني أن يصاغ الخبر في صيغة تعين المواطن المسلم على إتخاذ الموقف الاسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(ج) صدق المقصد :

يتميز الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الانساني ـ عامة ـ وللمجتمع الاسلامي خاصة.

ولذلك فإن « المادة الإعلامية » في الإعلام الاسلامي لابد وأن تكون هادفة الى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يحمل في طياته أضرارا ظاهرة أو خفية ولا أن تكون مجرد « لغو » لا ينفع ولا يضر.

وقد أرسي القرآن العريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى :
﴿يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا . يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ، ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا

المتخصص ـ الإعداد الصحيح الذي يمكنه من أداء رسالته الإعلامية على الوجه الأكمل .

وقد أنشئت عدة معاهد للإعلام في معظم المجتمعات الإسلامية ، تدرس فيها أسس الإعلام الحديث وبعض فنونه ، ورغم أن هذه المعاهد تمثل خطوة على الطريق الصحيح للنهوض بالإعلام في المجتمعات الإسلامية ـ إلا أنها لا تمثل الغاية الكاملة المرجوة لإعداد رجل الإعلام المسلم ـ الذي يناط به مهمة إقامة صرح الإعلام الإسلامي وتطويره .

وحرى بنا أن نبدأ بتحديد مواصفات رجل الإعلام المطلوب ـ والتي يمكن أن نحددها فيما يلي :

١ ـ أن يكون دارسا للقرآن الكريم وملما بقدر من الثقافة الاسلامية بما يضفي عليه صفة رجل الإعلام المسلم .

٢ ـ أن يكون دارسا لقدر مناسب من كتب التراث العربي والإسلامي في مجالات مختلفة يتم اختيارها وتحديدها بما يجعله مجيدا للغة العربية وآدابها ، وقادرا على تطويع المادة الإعلامية للفكر الاسلامي ، وقادرا على وصل الفكر الإعلامي الحديث بالتراث الإسلامي القديم .

٣ ـ أن يكون دارسا مجيدا للغة أجنبية حية ـ على الأقل ـ حتي يتمكن من متابعة واستطلاع ما يجري على الساحة العالمية ، وحتي يكون قادرا على التفاعل الإعلامي الفوري مع الأحداث .

٤ ـ أن يكون متفهما لقضايا مجتمعه وأمته ، وملما بشتي مشكلات المجتمع من خلال دراسات علمية وبعض الدراسات

وموقفه من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

والاعلام الاسلامي في صياغته للخبر ـ ملتزم بأمانة الكلمة في الاسلام ، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام اسلوب الاثارة أو ألايحاء بغير الحقيقة المجردة.

والصياغة الاسلامية للخبر ينبغي أن تتسم بصفتين :

١ ـ ذكر الحقيقة كاملة مجردة بغير زيادة ولا نقصان.

٢ ـ تحقيق وجهة النظر الاسلامية في صياغة الخبر.

بمعني أن يصاغ الخبر في صيغة تعين المواطن المسلم على إتخاذ الموقف الاسلامي الصحيح من الحدث الذي يعبر عنه الخبر.

(ج) صدق المقصد :

يتميز الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الهادف إلى تحقيق الخير للمجتمع الانساني ـ عامة ـ وللمجتمع الاسلامي خاصة.

ولذلك فإن « المادة الإعلامية » في الإعلام الاسلامي لابد وأن تكون هادفة الى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد عرض لفكر قد يحمل في طياته أضرارا ظاهرة أو خفية ولا أن تكون مجرد « لغو » لا ينفع ولا يضر.

وقد أرسي القرآن العريم مبدأ أمانة الكلمة في قوله تعالى :

﴿يآ أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا. يصلح لكم أعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ، ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزا

نقية ، ثم هو الرجل الذي يناط به مهمة حماية الفكر الاجتماعي من كل السموم الإعلامية والدعائية الدخيلة على المجتمع المسلم ، ثم هو الرجل الذي يجب أن يكون قادرا على التصدي الفوري لكل حرب إعلامية مفرضة تستهدف مجتمعه وأمته من أعدائهما ـ بالفكر الواضح والمنطق السليم .

مثل هذا الرجل ـ لابد من إعداده الإعداد الصحيح بما يكفل له أداء مهمته عن ثقة وكفاءة وإيمان ، ولا يكفي لإعداده تلك المناهج المستوردة المترجمة عن أسس الاعلام ونظرياته وحواشيه ، بل لابد أن يُوَرَّثَ قبل ذلك فكر أمته العربي والإسلامي ـ ثم يطلع على معطيات العصر الذي نعيشه ويأخذ بأحدث الأساليب فيه ، ليكون بذلك رجل الإعلام المنشود .

ثالثا : خطة الإعلام :

خطة الإعلام بمفهومها المباشرة تعني :

الإستخدام المنظم الأمثل لعناصر الإعلام وامكانات الجهاز الإعلامي المتاحة ـ لتحقيق أهداف بذاتها في المجتمع أو خارج نطاق المجتمع من خلال الرسالة الاعلامية .

وخطة الإعلام في أى مجتمع ترتبط ارتباطا مباشرا بأهداف الإعلام في ذلك المجتمع ، وهو ما تحدده طبيعة المجتمع واهتماماته وفي المجتمع الاسلامي ـ تختلف أهداف « خطة الإعلام » عن غيرها في المجتمعات الأخرى ، ذلك أن خطة الإعلام في المجتمع

الاسلامي ينبغي ألا تكون مجرد تخطيط لإعلام يساير الإهتمامات السائدة أو الأهواء الطارئة في المجتمع ، فإن ذلك يتنافى مع رسالة الإعلام في المجتمع المسلم ، وهو كما قدمنا يرتبط في مصادره وأهدافه بالمنهج الإسلامي العام ، ومن ثم فإن خطة الإعلام في المجتمع المسلم ينبغي أن تكون رائدة للتطور الفكري والاجتماعي في الاتجاه الصحيح ـ لا أن تكون مجرد « تابع » يساير التغيرات الاجتماعية في المجتمع .

وحين نعرض لتصور « خطة الإعلام » التي تحقق أهداف الاعلام في المجتمع الإسلامي وأهداف الإعلام عنه خارج نطاقه ـ ينبغي أن نجمع بين التخطيط لما هو موجود ـ وبين التخطيط لما يجب أن يكون ، بمعني أن تجمع « خطة الإعلام » بين الاستخدام الأمثل لعناصر الإعلام المتاحة وبين تطوير هذه العناصر وتنمية قدراتها لكى تحقق أهداف الإعلام الاسلامي المرجوة .

وفي مجال دراسة وإعداد الخطة ـ يمكننا أن نقسم التخطيط الى أقسام ثلاثة :

(ا) **تخطيط احتياجات :**

ويهدف هذا التخطيط الى اعداد وتوفير واستكمال عناصر الجهاز الإعلامي بالكم المناسب والكفاءة العالية ، ويشمل ذلك توفير مصادر المعلومات وإعداد رجال الإعلام المتخصصين وإنشاء وكالات الأنباء وتطوير وسائل نقل وتحقيق المعلومات ... الخ .

(ب) تخطيط برامج :

ويشمل إعداد وانتقاء وتنسيق الرسائل الإعلامية المقدمة والمبثوثة من خلال وسائل الاعلام ـ في فترة زمنية محددة ـ وفق خطة مدروسة بحيث تحقق التأثير المطلوب بها لدى الجمهور المستقبل ، وذلك في إطار الخطة العامة للإعلام .

(جـ) تخطيط انتشار :

ويقصد به التخطيط الذي يحقق وصول الرسالة الإعلامية الى أكبر عدد من المستقبلين ـ بالتأثير المطلوب وبحيث يحقق الإستجابة المرجوة .

ويرتكز تخطيط الانتشار الاعلامي على ركيزتين أساسيتين هما :

(ا) **توفير وسائل وأجهزة الانتشار** : مثل محطات التقوية الإذاعية وتعدد منافذ توزيع الصحف والمطبوعات ووسائل الدعاية والإعلان .. الخ .

(ب) **مخاطبة اهتمامات الجمهور المستقبل** : بمعني أن تكون الرسالة الإعلامية معبرة عن اهتمامات القطاع الأكبر من جمهور المستقبلين ـ وتدخل في نطاق ما يعنيهم في واقع حياتهم اليومية . مع توفقها مع الحسي الاجتماعي العام .

الاسلامي ينبغي ألا تكون مجرد تخطيط لإعلام يساير الإهتمامات السائدة أو الأهواء الطارئة في المجتمع ، فإن ذلك يتنافى مع رسالة الإعلام في المجتمع المسلم ، وهو كما قدمنا يرتبط في مصادره وأهدافه بالمنهج الإسلامي العام ، ومن ثم فإن خطة الإعلام في المجتمع المسلم ينبغي أن تكون رائدة للتطور الفكري والاجتماعي في الاتجاه الصحيح ـ لا أن تكون مجرد « تابع » يساير التغيرات الاجتماعية في المجتمع .

وحين نعرض لتصور « خطة الإعلام » التي تحقق أهداف الاعلام في المجتمع الإسلامي وأهداف الإعلام عنه خارج نطاقه ـ ينبغي أن نجمع بين التخطيط لما هو موجود ـ وبين التخطيط لما يجب أن يكون ، بمعني أن تجمع « خطة الإعلام » بين الاستخدام الأمثل لعناصر الإعلام المتاحة وبين تطوير هذه العناصر وتنمية قدراتها لكى تحقق أهداف الإعلام الاسلامي المرجوة .

وفي مجال دراسة وإعداد الخطة ـ يمكننا أن نقسم التخطيط الى أقسام ثلاثة :

(١) **تخطيط احتياجات** :

ويهدف هذا التخطيط الى اعداد وتوفير واستكمال عناصر الجهاز الإعلامي بالكم المناسب والكفاءة العالية ، ويشمل ذلك توفير مصادر المعلومات وإعداد رجال الإعلام المتخصصين وإنشاء وكالات الأنباء وتطوير وسائل نقل وتحقيق المعلومات ... الخ .

الإعلامي ، بحيث يحقق ثمرته المرجوة بغير إهدار للطاقات المبذولة في غير طائل . ولا غني لأى جهاز إعلامي عن ضرورة متابعة سير الملية الإعلامية وتقويم أثرها وقياس وتحليل نتائجها ـ بالمقاييس العلمية الصحيحة . ولعل أخطر ما يعانيه الإعلام في معظم المجتمعات الاسلامية المعاصرة هو ما يتمثل في تبدد نسبة كبيرة من الرسائل الإعلامية المبثوثة خلال قنوات الإعلام المختلفة ـ بغير تأثير يذكر لدى جمهور المستقبلين ورغم ذلك فكثيرا ما نجد مثل تلك النوعيات من المواد الإعلامية مستمرة بذات مواصفاتها في ذات القنوات الإعلامية . وليس معني ذلك أن المادة الإعلامية المقدمة غير ذات قيمة ، فغالباً ما تكون المادة العلمية قيِّمة مفيدة ، ولكنها في مجال البث الإعلامي لا تمثل مادة إعلامية بالمواصفات المطلوبة في مجالها .

وعلى سبيل المثال ـ قد تطالعنا في بعض الصحف دراسة علمية متخصصة في موضوع ما ، وهو ما يطلق عليه اسم « الدراسات الأكاديمية » كبعض الدراسات الإقتصادية أو الأدبية ... ، ومثل هذه الدراسات لا تمثل في الصحف اليومية مادة إعلامية بالمقياس الصحيح ، إذ أنها لا تثير إلا اهتمام نسبة ضئيلة من القراء المتخصصين أو المهتمين بالموضوع ولكن إذا نشرت مثل هذه الدراسات في مجلات متخصصة أو في كتاب كامل ـ فلاشك أنها ستكون بذلك في موضعها المناسب والصحيح . وبديهي أنها حين تنشر في غير مجالها الإعلامي المناسب ـ فإن ذلك يمثل بالمقاييس العلمية إهداراً للمادة ذاتها ، الى جانب إهدار المساحة التي شغلتها

من الصحيفة اليومية أو غيرها من وسائل الاعلام .

وما ينطبق على اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة للمادة الاعلامية ـ ينطبق أيضا على أسلوب المعالجة الإعلامية ، فكثيراً ما تفشل الرسالة الإعلامية في تحقيق التأثير المطلوب ـ لخطأ أو قصور في أسلوب المعالجة الإعلامية ـ مما لا يجعل الرسالة الإعلامية مناسبة للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها ـ ومن ثم لا تحدث الاستجابة ولا يتحقق التأثير المطلوب لدى الجمهور المستقبل .

وعلى ذلك فلا خلاف على أن أجهزة التخطيط والمتابعة والقياس ـ إنما تمثل الضمان لصحة سير العملية الاعلامية وتطورها في الاتجاه الصحيح . وينبغي أن نتذكر دائما أن المعيار الوحيد لنجاح العملية الاعلامية إنما يقاس بمدى ما تحققه الرسالة الإعلامية من تأثير لدى المستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) .

ومن هنا تبرز أهمية أجهزة المتابعة والقياس ـ والتي يمكن تحديد مهامها الأساسية فيما يلي :

١ ـ متابعة البث الإعلامي كما وكيفاً وقياس آثاره ونتائجه المباشرة وغير المباشرة ـ تفصيلا ـ في قطاعات المجتمع المختلفة .

٢ ـ قياس الرأى العام دوريا ـ فيما يختص بالمادة الإعلامية في كل مجال إعلامي والتعرف على اهتمامات الجمهور المستقبل ـ والعمل على تلبية وتطوير تلك الاهتمامات في الاتجاه الصحيح بما يخدم مصلحة المجتمع .

٣ ـ تقويم الدورات الإعلامية لكل جهاز أو قطاع إعلامي ـ

في مجاله ـ خلال فترات زمنية دورية محددة ، والاستفادة من ذلك في تطوير خريطة العمل الإعلامي وتصحيح مسارها .

٤ ـ دراسة وسائل التنسيق والتطوير والتكامل بين مجالات ووسائل الإعلام المختلفة لتحقيق أهداف الإعلام الرئيسية داخل المجتمع وخارجه .

* * *

الاسلامي ينبغي ألا تكون مجرد تخطيط لإعلام يساير الإهتمامات السائدة أو الأهواء الطارئة في المجتمع ، فإن ذلك يتنافى مع رسالة الإعلام في المجتمع المسلم ، وهو كما قدمنا يرتبط في مصادره وأهدافه بالمنهج الإسلامي العام ، ومن ثم فإن خطة الإعلام في المجتمع المسلم ينبغي أن تكون رائدة للتطور الفكري والاجتماعي في الاتجاه الصحيح ـ لا أن تكون مجرد « تابع » يساير التغيرات الاجتماعية في المجتمع .

وحين نعرض لتصور « خطة الإعلام » التي تحقق أهداف الاعلام في المجتمع الإسلامي وأهداف الإعلام عنه خارج نطاقه ـ ينبغي أن نجمع بين التخطيط لما هو موجود ـ وبين التخطيط لما يجب أن يكون ، بمعني أن تجمع « خطة الإعلام » بين الاستخدام الأمثل لعناصر الإعلام المتاحة وبين تطوير هذه العناصر وتنمية قدراتها لكى تحقق أهداف الإعلام الاسلامي المرجوة .

وفي مجال دراسة وإعداد الخطة ـ يمكننا أن نقسم التخطيط الى أقسام ثلاثة :

(ا) **تخطيط احتياجات** :

ويهدف هذا التخطيط الى اعداد وتوفير واستكمال عناصر الجهاز الإعلامي بالكم المناسب والكفاءة العالية ، ويشمل ذلك توفير مصادر المعلومات وإعداد رجال الإعلام المتخصصين وإنشاء وكالات الأنباء وتطوير وسائل نقل وتحقيق المعلومات ... الخ .

الإعـــلام والدعـــوة

إن المجتمع الاسلامي بطبيعته ـ هو مجتمع الدعوة المتجددة والدائمة الى سبيل الله وإلى دين الله عز وجل . ولم يخل مجتمع اسلامي على مر العصور من الفقهاء والعلماء والدعاة ووسائل التعليم والإعلام بعلوم الإسلام وخلقه وآدابه . وقد كانت الدعوة بدعاتها ووسائلها ـ هي ركيزة التربية الإسلامية للأجيال المتعاقبة من النشىء في كل مجتمع إسلامي حتي عهد قريب . كذلك فإن الدعوة لم تنفصل عن الإعلام في أى من المجتمعات الإسلامية على مر العصور ، بل إن الدعوة كانت مصدر الإعلام وركيزته على الدوام ، وأصدق الشواهد على ذلك أن المساجد في كل مجتمع إسلامي كانت تمثل مراكز العلم والإعلام والتعليم والتوعية والإرشاد ، وقد ظل المسجد يؤدي هذه الرسالة الجليلة على مر القرون وحتي بعد ظهور وسائل الإعلام المتطورة في العصر الحديث ـ فإن دور المسجد مازال قائما في كل مجتمع إسلامي ـ منارة للدعوة والعلم والإرشاد . وحين نعرض للحديث عن موقع الدعوة من الإعلام المعاصر وكيف يجب أن تكون علاقة الإعلام بالدعوة نبدأ بالقول بأن طبيعة المجتمع الاسلامي تحتم قيام « إعلام اسلامي » على أسس صحيحة ومقومات صريحة .

من الصحيفة اليومية أو غيرها من وسائل الاعلام .

وما ينطبق على اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة للمادة الاعلامية ـ ينطبق أيضا على أسلوب المعالجة الإعلامية ، فكثيراً ما تفشل الرسالة الإعلامية في تحقيق التأثير المطلوب ـ لخطأ أو قصور في أسلوب المعالجة الإعلامية ـ مما لا يجعل الرسالة الإعلامية مناسبة للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها ـ ومن ثم لا تحدث الاستجابة ولا يتحقق التأثير المطلوب لدى الجمهور المستقبل .

وعلى ذلك فلا خلاف على أن أجهزة التخطيط والمتابعة والقياس ـ إنما تمثل الضمان لصحة سير العملية الاعلامية وتطورها في الاتجاه الصحيح . وينبغي أن نتذكر دائما أن المعيار الوحيد لنجاح العملية الاعلامية إنما يقاس بمدى ما تحققه الرسالة الإعلامية من تأثير لدى المستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) .

ومن هنا تبرز أهمية أجهزة المتابعة والقياس ـ والتي يمكن تحديد مهامها الأساسية فيما يلي :

١ ـ متابعة البث الإعلامي كما وكيفاً وقياس آثاره ونتائجه المباشرة وغير المباشرة ـ تفصيلا ـ في قطاعات المجتمع المختلفة .

٢ ـ قياس الرأى العام دوريا ـ فيما يختص بالمادة الإعلامية في كل مجال إعلامي والتعرف على اهتمامات الجمهور المستقبل ـ والعمل على تلبية وتطوير تلك الاهتمامات في الاتجاه الصحيح بما يخدم مصلحة المجتمع .

٣ ـ تقويم الدورات الإعلامية لكل جهاز أو قطاع إعلامي ـ

الدين .

٣ ـ التصدي للحملات المغرضه والسموم الإعلامية التي يبثها أعداء الاسلام والجاهلون به ـ والعمل على إبراز حقيقة الاسلام من خلال منهج إعلامي متطور يتم اعداده ودراسته والتنسيق له بين مختلف أجهزة ومؤسسات الإعلام الخارجي .

٤ ـ العناية بتطوير الرسائل الاعلامية الموجهة الى الأقليات المسلمة في المجتمعات الغير إسلامية ـ بحيث تفوق في تأثيرها ومستواها الإعلامي ـ مستوى الإعلام في تلك المجتمعات ـ وخاصة في مجال المطبوعات والإذاعات الموجهة .

وثمة حقيقة يجب أن نذكرها ونتدبرها ذلك أن انفصال الإعلام عن الدعوة وعن منابع الفكر الاسلامي ـ إنما يمثل أخطر عوائق التطور أمام الاعلام في معظم المجتمعات الإسلامية المعاصر . ولتوضيح ذلك نقول :

إن الإعلام في المجتمعات الغربية قد تطورت أساليبه ووسائله وفنونه بتطور حركة الحياة في تلك المجتمعات بحيث يمكن القول بأن الإعلام في تلك المجتمعات هو وقْعُ خُطى الحياة فيها أو هو صوتها وظل حركتها ومرآة وجهها ، وقد نجحت تلك المجتمعات في تطوير وسائل وفنون الممارسة الإعلامية الى الحد الذي جعل الإعلام سلاحا لا يستهان به في تحقيق أهدافها ومصالحها الداخلية والخارجية في شتي المجالات ـ وذلك من خلال ارتباط الإعلام بواقع المجتمع وحركته وأهدافه . ومما لاشك فيه أن تخلف المجتمعات الاسلامية عن مواكبة التطور العلمي ـ ردحا من الزمان ـ بفعل ما تعرضت له

من الصحيفة اليومية أو غيرها من وسائل الاعلام .

وما ينطبق على اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة للمادة الاعلامية ـ ينطبق أيضا على أسلوب المعالجة الإعلامية ، فكثيراً ما تفشل الرسالة الإعلامية في تحقيق التأثير المطلوب ـ لخطأ أو قصور في أسلوب المعالجة الإعلامية ـ مما لا يجعل الرسالة الإعلامية مناسبة للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها ـ ومن ثم لا تحدث الاستجابة ولا يتحقق التأثير المطلوب لدى الجمهور المستقبل .

وعلى ذلك فلا خلاف على أن أجهزة التخطيط والمتابعة والقياس ـ إنما تمثل الضمان لصحة سير العملية الاعلامية وتطورها في الاتجاه الصحيح . وينبغي أن نتذكر دائما أن المعيار الوحيد لنجاح العملية الاعلامية إنما يقاس بمدى ما تحققه الرسالة الإعلامية من تأثير لدى المستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) .

ومن هنا تبرز أهمية أجهزة المتابعة والقياس ـ والتي يمكن تحديد مهامها الأساسية فيما يلي :

١ ـ متابعة البث الإعلامي كما وكيفاً وقياس آثاره ونتائجه المباشرة وغير المباشرة ـ تفصيلا ـ في قطاعات المجتمع المختلفة .

٢ ـ قياس الرأى العام دوريا ـ فيما يختص بالمادة الإعلامية في كل مجال إعلامي والتعرف على اهتمامات الجمهور المستقبل ـ والعمل على تلبية وتطوير تلك الاهتمامات في الاتجاه الصحيح بما يخدم مصلحة المجتمع .

٣ ـ تقويم الدورات الإعلامية لكل جهاز أو قطاع إعلامي ـ

وفي التربية والتعليم والبناء الاجتماعي .... الى مختلف مجالات الحياة البشرية .

وعلى ذلك فلا ينبغي النظر الى الدعوة بوصفها جزءاً منفصلا في بناء الإعلام الاسلامي فليست الدعوة مجرد صفحات دينية في الصحف اليومية أو بعض الأحاديث الدينية الإذاعية أو غير ذلك مما نجده في مجالات الإعلام المختلفة ـ وإنما يجب أن تكون الدعوة روح كل عمل إعلامي ـ بمعني أن يبني العمل الإعلامي على فكر اسلامي نقي وأن يتضمن دعوة الى خير أو تحقيقا لنفع أو تأصيلا لقيمة إسلامية في حياة المجتمع أو دفعا لضر أو انحراف يتهدد بناء المجتمع الاسلامي .

وبهذا تصبح الدعوة جوهر كل عمل إعلامي ، ويكتسب الاعلام صفة كونه « إعلاما إسلاميا » بالمعني الصحيح .



الإعـــلام الدينـي

الإعلام الديني هو الإعلام الذي يختص بمهمة نشر الدين وعلومه وإجراء حقيقة الاسلام (شريعته وأحكامه وخلقه وآدابه) ـ بين المسلمين ـ ولغير المسلمين وقد اتخذ الإعلام الديني وسائل متعددة ـ في المجتمع الاسلامي منذ نشأته ـ تزايدت وتطورت ، وكان لهذا أكبر الأثر ـ ولله الحمد والمنة ـ في إثراء المكتبة الإسلامية بكم ضخم من المؤلفات الدينية ومباحث الفكر الاسلامي ـ مما نجده الآن بين أيدينا من المراجع الفقهية وكتب الحديث والسيرة النبوية وغير ذلك .

وقد اعتمد الإعلام الديني في عصور الاسلام الأولى على وسيلة الاتصال الشخصي والجمعي وخاصة في المساجد ، إذ كان يلتقي فيها طلاب العلم بالفقهاء والعلماء خلال حلقات درس ـ اتخذت فيما بعد نهجاً منتظما كان له أكبر الأثر في نشر علوم الدين في المجتمعات الإسلامية على مر العصور ، وقد كانت المساجد أشبه ما تكون بجامعات إسلامية حرة ـ يتزود فيها من يشاء بما يشاء من علوم الدين ـ الى جانب انتشار حلقات تحفيظ القرآن الكريم التي كان يختلف إليها صبية المسلمين منذ نعومة أظفارهم في كل مجتمع مسلم . والى جانب الإعلام بوسيلة الإتصال الشخصي والجمعي ـ

من الصحيفة اليومية أو غيرها من وسائل الاعلام .

وما ينطبق على اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة للمادة الاعلامية ـ ينطبق أيضا على أسلوب المعالجة الإعلامية ، فكثيراً ما تفشل الرسالة الإعلامية في تحقيق التأثير المطلوب ـ لخطأ أو قصور في أسلوب المعالجة الإعلامية ـ مما لا يجعل الرسالة الإعلامية مناسبة للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها ـ ومن ثم لا تحدث الاستجابة ولا يتحقق التأثير المطلوب لدى الجمهور المستقبل .

وعلى ذلك فلا خلاف على أن أجهزة التخطيط والمتابعة والقياس ـ إنما تمثل الضمان لصحة سير العملية الاعلامية وتطورها في الاتجاه الصحيح . وينبغي أن نتذكر دائما أن المعيار الوحيد لنجاح العملية الاعلامية إنما يقاس بمدى ما تحققه الرسالة الإعلامية من تأثير لدى المستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) .

ومن هنا تبرز أهمية أجهزة المتابعة والقياس ـ والتي يمكن تحديد مهامها الأساسية فيما يلي :

١ ـ متابعة البث الإعلامي كما وكيفاً وقياس آثاره ونتائجه المباشرة وغير المباشرة ـ تفصيلا ـ في قطاعات المجتمع المختلفة .

٢ ـ قياس الرأى العام دوريا ـ فيما يختص بالمادة الإعلامية في كل مجال إعلامي والتعرف على اهتمامات الجمهور المستقبل ـ والعمل على تلبية وتطوير تلك الاهتمامات في الاتجاه الصحيح بما يخدم مصلحة المجتمع .

٣ ـ تقويم الدورات الإعلامية لكل جهاز أو قطاع إعلامي ـ

ولذلك فقد كان من المحتم أن يأخذ الإعلام الديني مكانه خلال قنوات ووسائل الإعلام الحديثة وخاصة في الإذاعتين : المسموعة والمرئية ـ بالقدر المناسب وبالمساحة المناسبة في خريطة الاعلام.
وقد بدأ الإعلام الديني مع بداية استخدام المجتمعات الاسلامية لوسيلة الإعلام الإذاعي بنوعيها ـ في شكل برامج دينية كانت تتمثل غالبا في أحاديث وقراءات دينية الى جانب تلاوة بعض آيات القرآن الكريم ـ ثم تنوعت موضوعات الإعلام الديني وأساليبه لتأخذ صيغا مختلفة مثل الندوة الاذاعية ـ والمعالجة التمثيلية (الدرامية) لتاريخ الدعوة الاسلامية وغير ذلك.

ثم اتجه الرأى الى انشاء إذاعات دينية متخصصة ـ تكون بمثابة ركيزة أساسية للإعلام الديني فأنشئت إذاعات القرآن الكريم في مصر وفي المملكة العربية السعودية وكذلك إذاعة « نداء الاسلام » في « مكة المكرمة » ـ وحذت هذا الحذو مجتمعات إسلامية أخرى ، وقد كانت خطوة موفقة بحمد الله ـ أسهمت ومازالت تسهم في تدعيم الدعوة الاسلامية.

وسائل الإعلام الديني :

تتعدد وسائل الإعلام الديني في المجتمع الاسلامي ـ حتي لتشمل كل وسائل الإعلام المعروفة ، وخلافا لما هو مألوف في قواعد الإعلام العام ـ من أن مادة إعلامية معينة تحقق تأثيرها المرجو من خلال وسيلة إعلامية معينة ـ فإن الإعلام الديني يستخدم كل



لا يحسنون نطق مخارج الكلام ، ثم يدرجون الى ربط أذان بميقاته ... فهذا أذاق الظهر وهذا أذان العصر ... وهكذا يشب الأطفال وقد رسخ في نفوسهم الإرتباط بين الزمن والأذان والمسجد والصلاة ، ولا يفوق ذلك أساس تربوي آخر ولا وسيلة تربوية في هذا المجال .

٢ ـ صلاة الجماعة :

تتضمن صلاة الجماعة وسيلة إعلام ديني متعددة الجوانب . فسعى المسلمين الى المساجد نوع من الدعوة والإعلام ـ وكذلك اجتماعهم في المسجد . ولعل من أطيب مظاهر الحرص على إقامة الصلاة والحث على الإلتزام بالجماعة ـ ما درجت عليه المملكة العربية السعودية من الأمر بإغلاق المحال التجارية والأسواق وقت الصلاة ، وتأدية الصلاة لأول ـ وقتها في المؤسسات والمصالح الحكومية والمدارس والمعاهد والجامعات وقد كان لهذه الظاهرة أبلغ الأثر في مجال التربية الدينية في شتي قطاعات المجتمع ، وقد شهدت بنفسي علامات الدهشة والتعجب ترتسم على وجوه الأجانب من غير المسلمين في مدينة « الرياض » ـ وهم يشهدون أبواب المحال التجارية تغلق بسماع أذان الصلاة ، والتجار والمواطنون يتتابعون ساعين الى المساجد ، وفي ذلك مظهر إعلامي رائع يتكرر بتتابع الصلوات الخمس . وغني عن البيان أن صلاة الجماعة تتضمن في مجموعها وجزئياتها إعلاما دينيا لا ينكر أثره بين المسلمين ، ومن



الجمعة : القرية ، والجماعة والمسجد وتوحيده ، والخطبة وكونها من الخليفة أو الوالي ، وتحريم الكلام أثنائها ، وسقوطها عن العبد والمرأة والصبي والمريض ، لأن تكليف هؤلاء غير تام وليسوا يقادرين على القيام بما قد يطالبون به على المنبر من مسئوليات وتكاليف .

وقد حث الاسلام على الحرص على صلاة الجمعة والتبكير إليها والالتزام بآدابها تحقيقا لنفع الدنيا وخير الآخرة .

يقول الحق تبارك وتعالى في كتابه الكريم ﴿ **يا أيها الذين آمنوا إذا نودي للصلاة من يوم الجمعة فاسعوا الى ذكر الله وذروا البيع** ﴾[1] .

وقال ﷺ « **لينتهين أقوام عن ودعهم الجمعات ، أو ليختمن الله على قلوبهم ، ثم ليكونن من الغافلين** »[2] .

وغني عن البيان ما تتضمنه حكمة مشروعية الجمعة من حرص الاسلام على تحقيق اتصال واجتماع المسلمين في كل مجتمع اسلامي ـ في مسجد جامع تجتمع فيه قلوبهم وعزائمهم على ما يصلح أمر دين[م ودنياهم ـ الى جانب تأديتهم لفريضة ربهم عز وجل وذكرهم له جلا وعلا .

٤ ـ صلاة العيدين :

صلاة العيدين : الفطر والأضحى ـ سنة مؤكدة كالواجب ، وهي شعيره من شعائر الإسلام ومظهر من مظاهر الإيمان والتقوى

---

(١) سورة الجمعة الآية ٩ .

(٢) رواه مسلم .



بالتكبير ، وخروجهم الى الصلاة في الخلاء ــ وانتشارهم في الطرق يروحون من طريق ويرجعون من أخرى ــ ثم التقاء بعضهم ببعض ــ يتبادلون التهاني في ود وبشاشة كل ذلك لا تدانية في مجال التأثير الاعلامي ــ أكبر الوسائل الاعلامية مهما بلغت من القوة والإعداد .

كذلك فإن صلاة الكسوف وصلاة الاستسقاء وصلاة الجنازة كلها تتضمن الإنابة الى الله عز وجل ، والإتجاه إليه بالتوبة والدعاء في كل الأحوال .

٥ ــ الوسائل المطبوعة :

وتشمل الكتب والمجلات الدينية ، وكذلك الصفحات الدينية في الصحف اليومية والمجلات . بالإضافة الى النشرات والملصقات التي تتضمن مادة إعلامية دينية .

وقد تطورت وسائل الإعلام الدينية المطبوعة في العالم الاسلامي ــ تطورا كبيرا خلال هذا القرن ــ وكان من مظاهر ذلك : ــ

ــ تعدد المؤلفات الإسلامية وتنوعها .
ــ انتشار المجلات الاسلامية المتخصصة .
ــ تطوير أساليب الصحافة الدينية .
ــ إحياء كتب التراث الاسلامي ونشرها على نطاق واسع .
ــ الإتجاه الى إنشاء وتطوير مطبوعات للطفل المسلم .

٦ ـ الإذاعة المسموعة :

وتشمل قنوات الإذاعة العامة ـ حيث تتضمن البرامج العامة إذاعة تلاوة لبعض آيات القرآن الكريم الى جانب بعض البرامج الدينية . ثم الإذاعات الدينية المتخصصة ـ والمعروفة باسم اذاعات القرآن الكريم .

٧ ـ الإذاعة المسموعة المرئية (التليفزيون)

وتعتبر هذه الوسيلة من أقدر الوسائل وأكبرها تأثيرا في مجال الإعلام الحديث ، إلا أن الإعلام الديني لم يأخذ بعد مكانته المرجوة ، ولم تتوفر له أساليب التأثير الإعلامي المطلوبة ـ خلال هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة ، إذ يغلب على برامج الإعلام الديني الطابع الإذاعي المألوف في الإذاعة المسموعة سواء في الأحاديث الفردية أو الندوات وحتي في المسلسلات التمثيلية الاسلامية ـ التي تتناول تاريخ الدعوة . وسنعرض إن شاء الله تعالى لمناقشة هذه الجوانب في حديثنا عن وسائل تطوير الإعلام الديني .

٨ ـ الخيالة :

هذه الوسيلة الإعلامية ـ تطورت صناعاتها وفنونها في العصر الحديث إلى حد كبير ـ جعل منها وسيلة رئيسية من وسائل الاعلام

الخارجي عامة. ووسيلة من وسائل الغزو الإعلامي والحرب الاعلامية والدعائية خاصة.

وقد وقف العالم الاسلامي وقفة سلبية من هذه الوسيلة الاعلامية الحديثة. فبينما فتحت بعض المجتمعات الإسلامية أبوابها أمام «الأفلام السينمائية» الأجنبية كوسيلة ترفيهية، وعمدت مجتمعات إسلامية أخرى الى إنتاج أفلام عربية مماثلة مسايرةً لتطور العصر، إلا أن صناعة السينما في العالم الاسلامي لم تتجه الوجهة الاسلامية البناءة التي تخدم مصالح المجتمع الاسلامي سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي.

فقد اتخذ الفكر الإعلامي السينمائي في العالم العربي مسارا محدودا سطحيا يتمثل في معالجة بعض المشكلات الاجتماعية، ثم تدرج الى تناول قصص الهوى واصطناعها كمادة أساسية لكل عمل سينمائي ـ مما حدا بكثير من الأسر في المجتمعات الاسلامية الى مقاطعة «السينما» وعدم الاعتراف بها كوسيلة إعلامية، الى جانب اقتران ذكرها في أذهان الكثيرين بمعني الابتذال والتحلل من القيم العليا... الخ.

وبينما كانت دول العالم تتجه الى إنتاج الأفلام التسجيلية ـ والثقافية والعلمية وتستخدم صناعة السينما في ترويج مصالحها الاقتصادية وخدمة أهدافها السياسية وتعليم وتثقيف الأجيال الناشئة فيها ـ ظلت صناعة السينما في العالم العربي بمعزل عن كل تطور، خاصة بعد أن اتخذت وجهة تجارية بحتة وأصبحت تسعى

٦ ـ الإذاعة المسموعة :

وتشمل قنوات الإذاعة العامة ـ حيث تتضمن البرامج العامة إذاعة تلاوة لبعض آيات القرآن الكريم الى جانب بعض البرامج الدينية . ثم الإذاعات الدينية المتخصصة ـ والمعروفة باسم اذاعات القرآن الكريم .

٧ ـ الإذاعة المسموعة المرئية (التليفزيون)

وتعتبر هذه الوسيلة من أقدر الوسائل وأكبرها تأثيرا في مجال الإعلام الحديث ، إلا أن الإعلام الديني لم يأخذ بعد مكانته المرجوة ، ولم تتوفر له أساليب التأثير الإعلامي المطلوبة ـ خلال هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة ، إذ يغلب على برامج الإعلام الديني الطابع الإذاعي المألوف في الإذاعة المسموعة سواء في الأحاديث الفردية أو الندوات وحتي في المسلسلات التمثيلية الاسلامية ـ التي تتناول تاريخ الدعوة . وسنعرض إن شاء الله تعالى لمناقشة هذه الجوانب في حديثنا عن وسائل تطوير الإعلام الديني .

٨ ـ الخيـــالة :

هذه الوسيلة الإعلامية ـ تطورت صناعاتها وفنونها في العصر الحديث إلى حد كبير ـ جعل منها وسيلة رئيسية من وسائل الاعلام

ويستطيع « الإعلام السينمائي » أن يسهم بدور كبير في الإعلام عن حقيقة الإسلام وعن تاريخ الدعوة الاسلامية في المجال الخارجي ـ إذا توفرت له العناصر الإعلامية المطلوبة ، كما أنه يستطيع أن يسهم في مجال الإعلام الديني ـ على المستوى الداخلي ـ وخاصة للنشئ المسلم في كل مجتمع إسلامي .

٩ ـ رابطة العالم الإسلامي :

رابطة العالم الاسلامي ـ هيئة إسلامية عالمية ـ تأسست في المملكة العربية السعودية . ويمتد نشاطها الى شتي أقطار العالم الاسلامي . وأهم أهداف هذه المؤسسة نشر الدعوة الاسلامية وخدمة مصالح الإسلام والمسلمين في كل مجتمع ـ سواء كان المجتمع إسلاميا أو يحوي أقلية مسلمة . وقد كان إنشاء « رابطة العالم الاسلامي » خطوة موفقة عظيمة على طريق توحيد صف المسلمين في العالم الاسلامي وخدمة قضاياهم وتحقيق اتصالهم ، ولازالت هذه المؤسسة الإسلامية العالمية توسع مجالات نشاطاتها وتطور سبلها ـ تحقيقا لغاياتها وأهدافها في خدمة الدعوة الاسلامية وتدعيم قوة العالم الاسلامي وربط الأمة الاسلامية برباط العقيدة والشريعة التي جاء بها الاسلام .

* * *

وسائل تطوير الإعلام الديني

حين نتحدث عن وسائل تطوير الاعلام الديني ـ فإننا نعني كل الوسائل والسبل التي من شأنها أن تحقق عنصر «التأثير» للرسالة الاعلامية الدينية كاملاً ـ خلال قنوات الاعلام المختلفة في المجتمع الاسلامي .

والاعلام الديني ـ كأى نوع آخر من الاعلام ـ لا بد وأن تتوفر له العناصر الاعلامية كاملة لكى يتحقق له في النهاية عنصر التأثير والاستجابة .

وقد أصبحت الحاجة ملحة إلى تطوير وسائل الاعلام الديني داخل المجتمعات الاسلامية وخارجها للأسباب التالية :

١ ـ تطور وتنوع فنون الإعلام العام وأساليبه ـ في وسائل الإعلام الحديثه ـ مما أضعف تأثير الاعلام الديني ـ بأساليبه المحدودة ـ في مواجهة تأثير الاعلام العام ـ في الساحة الاعلامية .

٢ ـ ازدياد الحاجة الى نشر الاسلام وتأصيل القيم الاسلامية في مواجهة التطور المادي في المجتمعات الاسلامية .

٣ ـ تنقية الفكر الاجتماعي من الشوائب الدخيلة والتصدي لكل الظواهر والتيارات والبدع التي تهدد بناء المجتمع الاسلامي .

٤ ـ مواجهة الحملات المغرضة التي يشنها أعداء الاسلام

لتشويه حقيقة الاسلام والنيل من المسلمين .

٥ ـ تحقيق وسائل أكثر قدرة وفعالية في مجال الدعوة والإعلام الإسلامي الخارجي .

وفي مجال تطوير الاعلام الديني ـ يجب أن نبدأ أولا بتطوير الأداء الإعلامي خلال الوسائل الإعلامية المتاحة ، بمعني أن نعمل على استكمال عناصر النجاح الاعلامي ـ للمادة الدينية في كل مجال إعلامي على حده ، ثم نبحث بعد ذلك في استحداث أساليب جديدة من شأنها أن تحقق للاعلام الديني المزيد من التأثير والفاعلية والانتشار .

تطوير الوسائل المتاحة :

ـ **تدعيم دور المسجد** : يعتبر المسجد أول وسائل الإعلام الديني في المجتمع الاسلامي وأكثرها فعالية . وقد كانت المساجد في كل العصور الإسلامية تمثل قلب المجتمع الاسلامي ومنارته العلمية والسياسية والاجتماعية والإعلامية ـ وظلت كذلك الى عهد قريب .

وقد أدى التطور المادي والنمو السكاني ونشأة المجتمعات الحديثة الى تقليص دور المسجد في المجتمع الاسلامي بحيث أصبح قاصرا على الإعلام الديني ، ومن المؤسف أن نجد المسجد وقد أصبح في عزلة عن حركة الحياة في المجتمع الاسلامي بعد أن كان يمثل مركز القيادة والتوجيه والتصحيح لحركة المجتمع الاسلامي بأكملها .

لذلك فإن أول ما ينبغي للنهوض بالإعلام الإسلامي عامة

والإعلام الديني خاصة ـ هو بحث الوسائل التي تدعم دور المسجد في قيادة حركة الحياة في المجتمع الاسلامي ـ وبحيث لا ينفصل المسجد عن تفاصيل ما يجري في الحياة اليومية للمجتمع ، ولا يتسع المقام لمناقشة ما يمكن اتخاذه لتحقيق هذه الغاية .

ـ **الوسائل المطبوعة والصحافة الدينية** : من الإنصاف أن نقرر أن المكتبة الاسلامية تزخر بكم هائل وقيم من الكتب والمؤلفات الدينية المتنوعة والتي تعتبر المرجع الفني لكل قارئ أوكاتب أو باحث أو متفقه مسلم . كذلك فإن المجلات الاسلامية المتخصصة تقوم بدور محمود في مجال الإعلام الديني ـ إلا أن الكثير من تلك المجلات ينهج أسلوب البحث في الموضوعات التي يتناولها ، ومن ثم لا يستطيع الإفادة منها غير القارئ الذي أوتي قدرا مناسبا من العلم والثقافة .

كذلك فإن معظم تلك المجلات لا يعرض لمعالجة الموضوعات التي تمس واقع الحياة في المجتمع الاسلامي ـ ويكتفي بنشر الكتابات والدراسات الدينية النمطية ، مما يجعل طابع الكثير من المجلات الإسلامية أقرب الى طابع الكتب أو النشرات العلمية منها الى الطابع الصحفي . ومما لا شك فيه أن المجلات الاسلامية المتخصصة تستطيع أن تسهم بدور كبير وفعال في مجال الاعلام الاسلامي عامة ـ إذا استكملت ما ينقصها من مقومات الاعلام الصحفي وعناصره .

وينبغي أن نشير في هذا المقام الى أن الإعلام الديني ـ هو

الإعلام الوحيد الذي لا ينضب معين الفكر فيه ، وما يعوزنا فقط ـ هو استخدام واختيار الأساليب والوسائل والفنون الاعلامية الملائمة لترجمة هذا الفكر الى رسائل إعلامية ناجحة . وما ينطبق على الإعلام الديني في المجلات الإسلامية المتخصصة ـ ينطبق أيضا على الصفحات الدينية في الصحف اليومية .

ونستطيع أن نوجز أهم وسائل النهوض بالصحافة الاسلامية عامة فيما يلي : ـ

١ ـ استعمال المؤسسات الصحفية لعناصر ومقومات الإعلام الصحفي (كتاب صحفيون ـ مراسلون ـ مصادر إعلامية ـ مكاتب توزيع ... الخ)

٢ ـ بحث ومعايشة مشكلات المجتمع الاسلامي وقضاياه المختلفة ، ومعالجتها معالجة إسلامية واعية .

٣ ـ إتخاذ قنوات اتصال بالمصادر الاعلامية في الداخل والخارج لمواكبة الأحداث المحلية والعالمية التي تهم المجتمع الاسلامي والموقف الاسلامي في كل ما يجري .

٤ ـ توخي تنويع واختيار الموضوعات التي تمس اهتمام القطاع الأكبر من المجتمع الإسلامي ، مع ضرورة اختيار الأسلوب المناسب واللغة الاعلامية الملائمة في معالجة الموضوعات المختلفة .

٥ ـ الاهتمام بالجانب التربوي للنشىء المسلم من خلال إنشاء صحافة مستقلة أو أبواب صحفية كاملة ـ تخاطب النشىء على اختلاف أعمارهم وفئاتهم بما يناسبهم من الأساليب الإعلامية .

٦ ـ الاهتمام بإعداد الكاتب الاعلامي المتخصص في الصحافة

الاسلامية . وحبذا لو أنشئت أقسام في معاهد وكليات الاعلام ـ يلتحق بها خريجو الدراسات الاسلامية ـ فيجمع الدارس بذلك بين الثقافة الاسلامية والدراية الإعلامية وهو ما نحتاجه أساسا للنهوض بالاعلام الاسلامي على وجه العموم .

الإعلام الإذاعي والبرامج الدينية : (أولا : الإذاعات العامة)

من الملاحظ أن البرامج الدينية في الاذاعات العامة لمعظم الدول الاسلامية لا تحتل سوى مساحة ضئيلة من خريطة الإعلام الإذاعي اليومية ، وإذا أضفنا الى ذلك أن تلك البرامج الدينية المحدودة لا تخرج عن أشكال قليلة محددة ـ تتمثل غالبا في الحديث الديني أو الندوة الإذاعية الدينية أو توضيح بعض الفتاوي والأحكام الشرعية فإن ذلك يمثل قصورا ظاهرا فيما يجب أن نوليه للإعلام الديني في مجال الإعلام الاذاعي . وهذا القصور يمكن تمثيله في أنواع ثلاثة كالتالي : ـ

(أ) **قصور كمي** : وهو ما يتمثل في قلة مساحة الإعلام الديني على خرطة الإعلام الإذاعي العامة .

(ب) **قصور نوعي** : ويتمثل في قلة أساليب المعالجة الإعلامية للمادة الدينية الإذاعية .

(جـ) **قصور تأثيري** : وهو القصور الناتج عن وجود الفقرات الإذاعية الدينية ـ بين فقرات إذاعية أخرى تفوقها في المساحة والقدرة على الجذب والتأثير .

ومن البديهي ـ أننا يجب أن نبدأ أول ما نبدأ بمعالجة « القصور

النوعي » للبرامج الدينية ، بمعني أن نعمل على استحداث أساليب متنوعة وأكثر تأثيرا في مجال الإعلام الديني الاذاعي ، وفي هذا الصدد يمكن استخدام كل الفنون الإعلامية الإذاعية الملائمة (كالحوار الاذاعي والمنوعات الثقافية والتمثيلية الاذاعية) لتسهم في تنويع وتوسيع وزيادة تأثير برامج الاعلام الديني في الإذاعات العامة .

ثانيا : إذاعات القرآن الكريم :

لا خلاف على أن إنشاء إذاعات القرآن الكريم في العديد من الدول الإسلامية ـ كان خطوة موفقة مباركة في مجال الإعلام الديني ونشر الدعوة الاسلامية .

وحين نبحث في سبل تطوير الدور الاعلامي لهذه الإذاعات الإسلامية المتخصصة ـ يجب أن نأخذ في الحسبان ـ الاعتبارات التالية : ـ

(أ) وجود هذه الإذاعات بين موجات إذاعية ووسائل اعلامية أخرى ـ أكثر قدرة على الجذب والتأثير الإعلامي المتنوع .

(ب) اقتصار دور إذاعات القرآن الكريم على الإعلام الديني البحت . وهو ما يقصر التأثير الإعلامي لهذه الإذاعات على الفئات المعنية باستقبالها من جمهور المستمعين ـ دون غيرهم .

(جـ) التزام هذه الاذاعات بأساليب إعلامية محدودة ـ تناسب طبيعتها ورسالتها .

وبناء على الاعتبارات السابقة ـ يتحتم علينا ونحن بصدد تطوير الأداء ـ الإعلامي لإذاعات القرآن الكريم ـ أن نركز البحث والجهد في تحقيق أمرين أساسيين :

الأول : استكمال مقومات عنصر التأثير للمادة الإعلامية الدينية وهذا الأمر يمكن تحقيقه من خلال الآتي :

(ا) تنويع البرامج .

(ب) العناية بالصياغة الإعلامية .

(جـ) تناول الواقع الاجتماعي والاهتمامات العامة ومشكلات الحياة المعاصرة ـ على بساط البحث ومن خلال الرؤية الاسلامية .

الثاني : تحقيق الانتشار الاعلامي .

ونعني به الإنتشار المؤثر والفعال للإعلام الديني الإذاعي .

ومن البديهي أن تحقيق الإنتشار الاعلامي ـ يرتبط أساسا بتحقيق التأثير الإعلامي ، ومن المعروف أن الرسالة الإعلامية يتحقق لها عنصر التأثير حين تمس اهتمام المستقبل « فيجد فيها صدى لما يعتمل في نفسه ووجدانه ، أو حين يجد فيها تلبية لحاجته أو عونا له في شئون حياته .

وبقدر ما تتوافق الرسالة الإعلامية مع اهتمامات الناس وواقع حياتهم وحاجتهم ونطاق إدراكهم ـ بقدر ما يتحقق لها الإنتشار الإعلامي . وغني عن القول ـ أن الإعلام الديني مطالَبٌ بأن يكون الرقيب الناصح على حياة المجتمع المسلم بكل تفاصيلها وفي كل شعابها ، ومطالب أن يعايش واقع المجتمع الإسلامي ويزن كل

ما يجري فيه بميزان الرؤية الإسلامية الصحيحة . فهذا هو قوام المبدأ الاسلامي العظيم في حماية وترشيد حركة الحياة في المجتمع الإسلامي ـ والمتمثل في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والدعوة الى سبيل الله بالحكمة والموعظة الحسنة .

وعلى ذلك يمكننا أن نحدد مقومات تحقيق الانتشار الفعال للإعلام الديني فيما يلي :

(أ) معالجة الإعلام الديني لواقع المجتمع الإسلامي ومواكبته لحركة الحياة فيه .

(ب) مخاطبة الناس من خلال تناول اهتماماتهم وقضاياهم ـ على اختلاف فئاتهم باللغة الإعلامية والأسلوب الإعلامي المناسب والمتنوع .

(جـ) ايجاد قنوات اتصال بشتي أجهزة الإعلام ووسائله للتنسيق معها في مجال دعم وتطوير الإعلام الديني .

وعلى سبيل المثال ـ يمكن إعداد برامج مشتركة بين الإذاعات العامة وإذاعة القرآن الكريم ، وإعداد مسابقات إسلامية لقراء الصحف اليومية ـ تتم مناقشتها وإعلان نتائجها في إذاعة القرآن الكريم ... وهكذا ـ بحيث تأخذ الإذاعات الاسلامية المتخصصة مكانتها المرجوة بين أجهزة الإعلام ووسائله الحديثة والمتعددة .

الاذاعة المرئية (التلفزيون) ـ والاعلام الديني :

قدمنا خلال حديثنا عن وسائل الاعلام ـ أن الاذاعة المرئية

(التليفزيون) هو أكبر الوسائل الإعلامية الحديثة تأثيراً على الجمهور المستقبل ـ لما اجتمع لهذه الوسيلة من مقومات الجذب والتأثير. ولا نبالغ إذا قلنا بأن الإذاعة المرئية كانت أحد العوامل الكبرى التي ساعدت على تطوير الفنون الإعلامية في كل المجالات بينما لم يحظ الإعلام الديني بنصيبه المفروض في هذه الوسيلة الإعلامية الهامة.

فكل ما حدث هو انتقال أو تكرار ذات البرامج الإذاعية على شاشة « التلفاز » فالمتحدث الإذاعي أضيفت صورته الى صوته، والندوة الإذاعية هي ذاتها مع ظهور أشخاص المتحدثين فيها... وهكذا لم يفد الإعلام الديني من إمكانات وقدرات « الصور التليفزيونية » المتعددة إلا في أقل القليل.

وإذا نحن تأملنا البرامج القليلة ذات التأثير الاعلامي المتميز والذي حقق نجاحا إعلاميا في الإذاعة المرئية في معظم المجتمعات الاسلامية لوجدنا أن قوامها يتمثل في شريط مصور ـ عن حياة نوع الكائنات الحية (حيوان أو طائر أو حشرة أو نبات) وبينما يتم عرض الشريط المصور ـ يقدم مقدم البرنامج المتخصص بالتعليق على الصورة وتوضيح ما يتعلق بها ـ برؤية المتدبر المتفكر في آيات الله عز وجل في خلقه وإذا علمنا أن تلك الشرائط المصورة ـ هي شرائط علمية تعليمية أجنبية ومستوردة لأدركنا أن يمكننا تطويع الكثير من إنجازات العصر المادية لخدمة الدعوة الاسلامية ونشر الفكر الاسلامي من خلال أجهزة الإعلام المختلفة، وتأتي الإذاعة المرئية على رأس وسائل الإعلام الحديثة ـ التي إذا وفقنا في حسن

استخدامها ـ حققنا من خلالها الكثير.

وحين نذكر الإذاعة المرئية ـ فينبغي أن نذكر دائما أن الصورة في هذه الوسيلة الإعلامية ـ قبل الكلمة ، فالكلمة قد تنسي ـ لكن الصورة تنطبع في مخيلة المشاهد ولعل مشاهدة الناس لصورة الحجيج يطوفون حول الكعبة ووقع ذلك في نفوسهم ومشاعرهم ـ أبلغ دليل على تأثير الصورة الحية والذي يفوق كل وصف وكل حديث .

نخلص من ذلك الى أن الإذاعة المرئية بإمكاناتها المتعددة وتأثيرها المتميز ـ يمكن أن تسهم إسهاما كبيرا في خدمة الإعلام الديني ـ والإعلام الاسلامي عامة .

احتياجات الإعلام الديني :

أولا : إعداد الداعية الاسلامي :

الداعية الاسلامي ـ هو الرجل الذي يناط به مهمة نشر الدعوة الاسلامية والإعلام بالاسلام ، وتأصيل القيم والمفاهيم الإسلامية في المجتمع ـ من خلال « الإتصال الجمعي » المباشر بالجمهور ، أو من خلال وسائل الإعلام المختلفة .

ولما كان المسجد في كل مجتمع مسلم ـ يمثل الركيزة الأولى الفعالة للإعلام الديني ، وإمام المسجد يمثل « داعية » للإسلام ـ بحكم موقعه وطبيعة وظيفته ـ فإن من الضروري : الإهتمام بإعداد وتأهيل أئمة المساجد بحيث يمكنهم أداء رسالتهم على أكمل وجه في

الدعوة الى الله عز وجل وتأصيل القيم والمفاهيم الاسلامية في الفكر الاجتماعي والسلوك العام للمجتمع ، والتصدي للبدع والانحرافات .

وقد كان من العوامل التي أدت الى انفصال المسجد عن حركة الحياة في المجتمع الاسلامي ـ افتقار الكثير من المساجد الى الأئمة الأكفاء الذين يعرفون للمسجد رسالته ويقدرون تبعات الإمامة وينهضون بمسئولياتها وواجباتها تجاه الناس والمجتمع ، عن علم ورغبة وغيرة على الإسلام والمسلمين .

ولا شك أن إعداد الداعية في عصر تعددت فيه المعارف وتنوعت ، وتشعبت فيه مجالات الحياة وتداخلت ـ لاشك يتطلب جهداً غير يسير . ذلك أن « الداعية » على وجه العموم لابد وأن يحيط باتجاهات حركة الحياة في المجتمع البشري وبطبيعة هذه الحركة ودوافعها وغاياتها . فهو لا يستطيع أن يصحح مسيرة لا يعرف اتجاهها ولا أن يقوم فكرا لا يعرف ملامحه ، ولا أن يقطع بحكم في أمر لا يدريه وفارق كبير بين داعية يقوم في مجتمعه ليقول للناس « اتقوا الله وافعلوا الخير » ـ وبين داعية يقوم فيفصل للناس ما قد طرأ وما قد جدَّ في حياتهم ، ويبصرهم بعاقبة هذا ومغبة ذاك ـ عن علم ومعرفة ، ثم يأمرهم بأمر الله عز وجل وينهاهم بنهيه ـ في شأن ما كلمهم فيه .

لذلك فإن من الضروري إعداد « الداعية الاسلامي » إعداداً يتناسب وعظم مهمته وخطر رسالته في المجتمع الاسلامي الحديث . ونستطيع أن نوجز أهم الأسس اللازمة لاعداد الداعية الاسلامي

الكفء في النقاط التالية :

(أ) التفقه في علوم الدين ـ الى جانب الالمام بقدر كبير من الثقافة الاسلامية والثقافات العامة المتنوعة .

(ب) دراسة الفكر الاسلامي وخاصة فكر الأعلام من علماء المسلمين ـ في شتي فروع المعرفة .

(جـ) الإلمام بقدر مناسب من المعرفة بالمذاهب والنظم المادية الحديثة في المجتمعات الغير إسلامية .

(د) دراسة قضايا المجتمع الاسلامي المعاصر وقضايا العالم الإسلامي عامة .

(هـ) إجادة لغة أجنبية واحدة على الأقل ـ بالنسبة للدعاة المرشحين للعمل في الخارج .

(و) توفر الصفات الشخصية المناسبة ـ التي يجب أن تتوفر للداعية الاسلامي ، مع ضرورة أن يكون قدوة حسنة لعامة المسلمين .

ثانيا : رجل الإعلام الديني :

سبق وأن عرضنا للصفات التي يجب أن تتوفر لرجل الاعلام في المجتمع المسلم ـ وذلك في حديثنا عن « بناء الإعلام الاسلامي » . ورجل الإعلام الديني هو ذاته رجل الإعلام الاسلامي ـ غير أنه يجب أن يكون متخصصا في الإعلام الديني .

وصفة رجل الإعلام الديني ـ يجب أن تمتد لتشمل كل العاملين في مجال الإعلام الديني ، فالمذيع الذي يدير الندوة الإذاعية الدينية

وكاتب الحوار في المسلسل الديني (التليفزيوني أو الاذاعي) ومخرج البرامج الدينية ، وحتي الرسام الذي يقوم بتصميم غلاف مجلة اسلامية كل هؤلاء يجب إعدادهم بما يكفل لهم أداء رسالتهم الإعلامية على الوجه الأكمل . ذلك أن العملية الاعلامية تقوم على جهود جزئية تتكامل عناصرها وتتسق لتصنع الرسالة الاعلامية المؤثرة الناجحة .

ثالثا : الإفادة من إمكانات الوسائل الإعلامية الحديثة :

من الثابت والملاحظ ـ أن الإعلام الديني لم يفد كثرا من الإمكانات المتاحة في وسائل الإعلام الحديثه ـ ولا سيا : « وسائل استخدام الصورة » كالإذاعة المرئية (التليفزيون) ، والخيالة (السينما) .

وليس من شك في أن إغفال الاستفادة الكاملة من تلك الوسائل الإعلامية الحديثة يُفقد الاعلام الديني والاعلام الاسلامي على وجه العموم ـ قدرا كبيرا من الفاعلية في مواجهة تيارات الإعلام المضادة ـ وخاصةً في مجال الإعلام الخارجي .

فإذا تساءلنا ـ كيف يمكن الإعلام بالإسلام خارج نطاق المجتمعات الاسلامية العربية فإن الجواب البديهي هو : بالكتب والنشرات الإسلامية المترجمة وبالأفلام التليفزيونية والسينمائية التسجيلية ـ التي توضح حقيقة الاسلام ومنهجه وتعاليمه . ولا شك أن الوسائل المصورة تحتل المرتبة الأولى في مجال التأثير بين وسائل الاعلام المعاصره . ولذلك فإن من الحكمة أن نولي استخدامها

واستغلالها الاهتمام الأكبر . وليس من الحكمة أن نقصر إعلام الدعوة الإسلامية على وسائل إعلامية محدودة وأساليب إعلامية معدودة ـ في مواجهة تيارات إعلامية عاصفة مضادة ، تستخدم أحدث أساليب الإعلام ومؤثراته ، وتستغل كل جديد لإضعاف معنويات العالم الإسلامي وإبقاء صوت الدعوة الاسلامية خافتا في ضجيج الإعلام العالمي ، وذاوياً في مواجهة بريق الدعايات المضادة لذلك فإن علينا ألا نتردد في الأخذ بأحدث الفنون والأساليب الإعلامية ، واستغلال كل إمكانات العصر المتاحة للإعلام بالدعوة وإجلاء حقيقة الاسلام ودحض الداعايات المغرضة التي يشنها أعداء الإسلام ، وإنشاء قاعدة عالمية للإعلام الاسلامي ـ تكون منطلقا لنشر الدعوة الإسلامية والإعلام بالإسلام والسبيل الى ذلك يتمثل في تكوين جهاز إعلامي متطور توفر له العناصر الإعلامية ذات الكفاءة العالية في الكتابة والتصوير والإخراج وشئون الإتصال والتوزيع ... الى غير ذلك ، مع ضرورة جمع هذه العناصر بين الثقافة الإسلامية والدراية العلمية بفنون الإعلام الحديث وأساليبه . وحينئذ يمكن الإعلام الاسلامي ـ بعون الله تعالى ومشيئته أن يجاوز نطاق العزلة الى ساحة التأثير المحلي والعالمي على السواء .

مشكلات الاعلام في المجتمع الاسلامي المعاصر

يواجه الإعلام في المجتمع الاسلامي المعاصر مشكلات مختلفة ،

تمثل عائقا في طريق تطور الإعلام ويحول بعضها دون أداء الإعلام الإسلامي لرسالته كاملة داخل المجتمع وخارجه.

ويمكن تقسيم مشكلات الإعلام الاسلامي الى أنواع ثلاثة:

(أ) **مشكلات طبيعية**: وهي المشكلات الناتجة عن واقع المجتمع الاسلامي.

(ب) **مشكلات بنائية**: وهي التي تتعلق بأوجه القصور في البناء الإعلامي والعملية الإعلامية على وجه العموم.

(جـ) **مشكلات خارجية**: وتشمل كل العوامل الخارجية ذات التأثير المضاد والتي تضعف من تأثير الإعلام الإسلامي وتحد من انتشاره.

أولا: المشكلات الطبيعية:

١ ـ الأمية:

من الحقائق الثابتة ـ ارتفاع نسبة الأمية في المجتمعات الاسلامية إذ بلغت ٨١,٥٪ حسب آخر الإحصاءات. وتشير الإحصاءات الحديثة الى تناقض هذه النشبة بمعدل يتراوح بين ١ و١,٥٪ سنويا وإرتفاع نسبة الأمية في المجتمع الاسلامي ـ لاريب يشكل عائقا أساسيا يحول دون أداء الإعلام لرسالته كاملة ويسبب إهدار نسبة كبيرة من المادة الإعلامية في شتي مجالات الإعلام. فإذا فرضنا أن نسبة الأمية في مجتمع ما تبلغ ٨٠٪ فمعني ذلك أن ٢٠٪ من أفراد هذا المجتمع هم الذين يتعرضون لإعلام المطبوعات (الكتب والصحف والمجلات والنشرات والملصقات)، وهم أيضا الذين يتعرضون لاستقبال الرسائل الإعلامية التي تتطلب

إلماما باللغة العربية ومعاني مفرداتها ـ خلال وسائل الإعلام المختلفة .

ومن هنا فإن الإعلام في المجتمع الاسلامي مطالب بإيجاد الوسائل والأساليب التي تمكنه من أداء رسالته متجاوزا مشكلة الأمية لا متجاهلا لها ، وأن يشارك مشاركة إيجابية وفعالة في حلها مع الأجهزة المعنية .

ويمكن للإعلام أن يتجاوز مشكلة « الأمية » بالوسائل التالية :

(أ) صياغة نسبة كبيرة من المواد والبرامج العامة ـ صياغة إعلامية تتسم بسهولة اللغة ووضوح المضمون ، وخاصة خلال وسائل الإعلام غير المطبوعة .

(ب) الاهتمام ببرامج التوعية والبرامج الثقافية المتنوعة وتنويع أساليب تقديمها إعلاميا ، وخاصة في الإذاعة المرئية .

(جـ) الاهتمام باعداد برامج خاصة لرفع مستوى الوعي الإعلامي ـ لدى الفئات الأمية في المجتمع .

(د) التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة لاعداد برامج مبسطة لمحو الأمية وتعليم القراءة والكتابة للمبتدئين .

٢ ـ نقص الوعي الإعلامي :

وهو ما يتمثل في قلة تجاوب الجمهور المستقبل ـ مع مضمون الرسالة الإعلامية ، ومن ثم ـ عدم تحقق التأثير المطلوب بها كاملا .

ويرجع نقص الوعي الإعلامي في معظم المجتمعات الإسلامية الى أسباب أهمها :

ـ ارتفاع نسبة الأمية .

ـ الصياغة الاعلامية غير المناسبة .

ـ وجود نوع من الإنفصال بين البرامج الإعلامية واهتمامات الجمهور المستقبل في معظم الأحيان ، مع عدم وجود « إعلام الخدمات » الذي يتوخى تلبية حاجات الجمهور المستقبل بقطاعاته المختلفة في كل ما يعنيه في شئون حياته اليومية .

ثانيا : المشكلات البنائية :

ومن المعروف أن معظم المجتمعات الاسلامية قد بدأت استخدامها لوسائل الإعلام الحديثة ـ بعد ظهور تلك الوسائل واستخدامها وتوفرها وتحقق فائض في إنتاجها لدى عديد من الدول الصناعية الكبرى . وكان من الطبيعي أن يبدأ استخدام المجتمعات الاسلامية لهذه الوسائل الجديدة اعتمادا على العناصر الإعلامية المحلية بجانب محاكاة بعض الأفكار والأساليب والمناهج الإعلامية الأجنبية .

ولما كان معظم المجتمعات الاسلامية يفتقر الى وجود الهيئات العلمية المتخصصة في دراسات الإعلام وفنون الإتصال بالجماهير الى جانب إهمال انشاء المعاهد المتخصصة في مجال الإعلام الى وقت قريب ـ فقد أدى ذلك الى ضعف البناء الإعلامي في المجتمعات الإسلامية ـ بالمقارنة بغيره في المجتمعات الأخرى ، الى جانب أن الإعتماد على الإجتهاد والإرتجال والمحاكاة قد أفقد رسائل الإعلام

الحديثة في المجتمعات الاسلامية جزءا كبيراً من فاعليتها ودورها المفروض في صياغة الفكر الاجتماعي العام للمجتمع الاسلامي وتحقيق سبل الاتصال الهادف النافع بين قطاعاته ، لا سيما وقد سادت النظرة الى وسائل الإعلام الحديثة باعتبارها وسائل تسلية وترفيه بالدرجة الأولى .

كذلك فإن اللجوء الى النقل عن المناهج الغربية الإعلامية ومحاكاتها زمنا قد أورث الإعلام في بعض المجتمعات الاسلامية تناقضا لا تخفي معالمه ، وسمات هي ليست من الاسلام في شيء .

وغني عن البيان ــ أن الإعلام في المجتمع الاسلامي لا يكتسب صفة كونه « إعلاما إسلاميا » ــ إلا إذا كان يعتمد على فكر إسلامي خالص ، وينهج في بنائه نهجا إسلاميا خالصاً ، ويهدف الى تحقيق غاية إسلامية خالصة .

لذلك فإن الخلل في بناء الإعلام في المجتمع الاسلامي المعاصر يمكن إصلاحه بتحقيق النقاط التالية :

١ ــ تنمية مجالات الفكر الإعلامي الإسلامي .

٢ ــ الإهتمام بدراسات « الإعلام الاسلامي » وتطبيقاتها العملية ووسائل تطويرها .

٣ ــ التوسع في إنشاء معاهد وكليات الاعلام ــ مع العناية بتطوير مناهج الفكر الاسلامي فيها .

٤ ــ الربط بين خطة الإعلام العامة واحتياجات المجتمع بقطاعاته المختلفة .

٥ ــ التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق دور الإعلام

في خدمة المجتمع وفي صياغة الفكر الاجتماعي العام صياغة إسلامية نقية .

٦ ـ تطوير الأداء الإعلامي بما يحقق له المزيد من الفاعلية والتأثير ، وحظر واستبعاد المواد الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية أو التي تتناقض مع طبيعة المجتمع المسلم أو التي تعوق رسالة الاعلام في تربية النشىء والحفاظ على سلامة البنيان الاجتماعي .

٧ ـ العمل على إيجاد البدائل الاسلامية للمواد الإعلامية المستوردة وخاصة المسلسلات الأجنبية في الإذاعة المرئية .

٨ ـ العمل على تحقيق السمات الإسلامية في العمل الاعلامي قلبا وقالباً .

ثالثا : المشكلات الخارجية :

١ ـ الغزو الاعلامي والتيارات الفكرية الوافدة :

يواجه الإعلام في المجتمع الاسلامي غزورا إعلاميا خارجيا ـ يتمثل في المطبوعات الأجنبية والإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية وشرائط الأفلام المصورة وشرائط الأغاني والموسيقي الأجنبية وغير ذلك .

ولا شك أن تدفق هذه المواد الاعلامية على المجتمع الاسلامي وتداخلها مع مثيلاتها من المواد الاعلامية المحلية يمثل خطراً لا يخفي على الفكر الإجتماعي ومن ثم السلوك الاجتماعي للمجتمع المسلم .

كذلك فإن استيراد بعض الفقرات الإعلامية الأجنبية ـ وبثها

خلال وسائل الإعلام المصورة ، الى جانب وجود المطبوعات الأجنبية المترجمة كل ذلك يصنع تيارات فكرية ـ إن لم تضر بالفكر الاجتماعي فهي لاشك تمثل عائقا أمام تأصيل الفكر الاسلامي في المجتمع وخاصة بين الأجيال الجديدة .

ولمواجهة الغزو الإعلامي والتيارات الفكرية الوافدة يجب العمل على تحقيق التالي :

ـ فرض الرقابة على المواد الإعلامية التجارية المستوردة (شرائط الكاسيت وشرائط الفيديو المصورة والمطبوعات الأجنبية والمترجمات) .

ـ العناية باختيار المواد الإعلامية المستوردة ـ التي تبث خلال وسائل الإعلام العامة .

ـ العمل على إيجاد البدائل الاسلامية للمواد الإعلامية الأجنبية تدريجيا .

(ب) الحملات الإعلامية والدعائية الخارجية :

كثيرا ما تتعرض المجتمعات الاسلامية والعالم الاسلامي لحملات إعلامية منظمة ـ تختلف أهدافها ودوافعها باختلاف مصادرها وكثيرا ما يكون الهدف ممثلا في تحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية على حساب تشويه صورة العالم الاسلامي وبث الدعايات الباطلة عنه على الصعيد الدولي .

وبعض هذه الحملات يستهدف إضعاف معنويات العالم

الاسلامي واستنزاف طاقاته من خلال بث بذور الفرقة والخلاف بين مجتمعاته .

ومن العوامل التي تغري أعداء الأمة الاسلامية بشن تلك الحملات الإعلامية والدعائية المغرضة ـ ما يلي : ـ

(أ) افتقار معظم المجتمعات الإسلامية الى أجهزة الإعلام والدعاية الخارجية القوية الفعالة .

(ب) تخلف معظم المجتمعات الاسلامية في مضمار الدعاية الإعلامية وعدم درايتها بفنون الحرب الإعلامية .

(جـ) عدم وجود تنسيق إعلامي أو دعائي مشترك ـ بين الدول الاسلامية وخاصة على الصعيد الخارجي .

(د) سيطرة أعداء الأمة الاسلامية على معظم الأجهزة الدعائية العالمية .

من ذلك يتبين لنا ضرورة الاهتمام بإعادة حسابات القوى الإعلامية والبناء الإعلامي في الدول الاسلامية ، وضرورة إيجاد تنسيق حقيقي ومتكامل بين أجهزة الإعلام الإسلامية في المجالين الإعلامي والدعائي . وكذلك ضرورة إنشاء وبناء جهاز إعلامي دعائي قوي ـ يمثل العالم الإسلامي ، تدعم قدراته الدول الإسلامية جميعها ، يكون قادرا على التصدي للحملات الإعلامية المغرضة ، والاستجابة الفورية للأحداث العالمية التي تهم العالم الاسلامي .

وبديهي أنه قبل إيجاد التنسيق والتكامل بين أجهزة الإعلام في الدول الاسلامية ، وقبل إنشاء أجهزة إعلامية دعائية إسلامية

عالمية ـ يجب أولا حظر استخدام أجهزة الإعلام المحلية في الخلافات أو الخصومات بين الدول الاسلامية فليست مهمة أجهزة الاعلام في المجتمعات الاسلامية تبادل الاتهامات وشن حملات التشكيك وغير ذلك مما يأباه الإسلام شريعة وخلقا ، هذا الى جانب أن أعداء الأمة الاسلامية يرون في هذه الظاهرة مظهرا من مظاهر ضعف المجتمعات الاسلامية وتخلفها وتناقضها .

وليس من شك في أن تجميع القدرات والطاقات الإعلامية والتنسيق بين جهودها في العالم الاسلامي ـ يمثل خطوة كبرى وفعالة في مجال خدمة قضايا الإسلام والمسلمين .

* * *

خـــاتمـــة

وبعد .

فلست أدعي أنني استوفيت جوانب البحث في موضوع : الإعلام في المجتمع الاسلامي . فلا يزال « الإعلام الاسلامي » مجالا للبحث والتطبيق حتي ترسخ أسسه وتقوم دعائمه وتتضح سماته بين نظم الاعلام الحديثه .

وليس القصد من هذه الرسالة الوجيزة أن تكون مرجعا علميا للمتخصصين .. فلهؤلاء بحوثهم العلمية ومناقشاتهم الواسعة .. ولكن الغاية منها تعريف جهود المسلمين بما تفيه رسالة الإعلام الإسلامي .. في مواجهة الإعلام الموجه من الحضارة الغربية .

وإذا كان البعض يرون في قيام إعلام إسلامي « بحت » — في المجتمعات الإسلامية نوعا من الانغلاق ، وردَّة عن الحضارة — فهؤلاء قد جهلوا حقيقة الاسلام ومنهجه الشامل ومنابعه الفياضة وآفاقه الواسعة .

إن الإسلام لا يرفض فكراً إنسانيا نافعا مهما اختلفت مصادره ، ولا يُحرِّم وسيلة أو اختراعا فيه تحقيق نفع البشر أو تيسير سبل حياتهم ، وكذلك فإن الإسلام لا يمنع الإتصال بين البشر — بل يدعو الى الاتصال والتعارف على ما فيه خير الناس ونفعهم .

ونحن حين ندعو الى قيام إعلام إسلامي متكامل في كل مجتمع إسلامي فإنما ندعو الى تحقيق الجوهر الإسلامي والسمات الإسلامية لأخطر أجهزة التأثير في العصر الحديث ، ليسهم في بناء وتطوير المجتمع المسلم بمنهج إسلامي صحيح وليدرأ عنه ما يتهدد بناءه الفكري والخلقي من بدع غريبة وآفات وافدة .

ولاشك أن الإعلام في المجتمع المسلم حين يقوم على دعائم ومقومات إسلامية صحيحة ـ سيكون هو ذاته منبع التطور الفكري والاجتماعي ووسيلته في المجتمع .

اما أن يظل الإعلام في المجتمع الإسلامي نسيج خيوط متناقضة متباينة ، بعضها يحمل السمة الإسلامية وبعضها تنكره طبيعة المجتمع الاسلامي وقيمه ، وبعضها لا سمة له ـ فهذا ما يمثل عامل الضعف في البناء الإعلامي وهو أيضا ما يمثل العائق الأساسي أمام تطور الإعلام في المجتمع الاسلامي .

وحسبنا أن نُذَكِّر بأن طبيعة المجتمع الاسلامي تحتم قيام « إعلام إسلامي » لا يتناقض في تفاصيله وجزئياته مع صوت الدعوة ونداء الحق الذي يتردد في جنبات المجتمع المسلم . والله يهدي الى سواء السبيل .

مراجع البحث

١ ـ الإعلام في صدر الإسلام ، للدكتور عبد اللطيف حمزة ، الطبعة الثانية سنة ١٩٧٨ ـ دار الفكر العربي القاهرة

٢ ـ الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية للدكتور محي الدين عبد الحليم ـ القاهرة سنة ١٩٨٠م .

٣ ـ الإعلام في ضوء الإسلام للدكتور عماره نجيب ـ الطبعة الأولى ـ مكتبة المعارف بالرياض ١٩٨٠م .

٤ ـ من قضايا الإعلام في القرآن ـ للأستاذ رمضان لاوند ـ مطبعة الهدف ـ الكويت سنة ١٩٨٣ .

٥ ـ النظرية الإعلامية ـ للدكتور محمد كمال إمام ـ الطبعة الأولى ـ الكويت سنة ١٩٨٣م .

٦ ـ الإعلام الدولي النظرية والتطبيق ـ للدكتور على العويني ـ الطبعة الأولى ـ كلية الأنجلو المصرية ـ القاهرة ١٩٧٨م .

٧ ـ ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية ـ للدكتور يوسف محمد قاسم ـ نشر جامعة الملك سعود سنة ١٣٩٩هـ .

٨ ـ الإعلام الإسلامي ـ المرحلة الشفهية للدكتور ابراهيم إمام ـ كلية الأنجلو ـ الطبعة الأولى ١٩٨٠ .

٩ ـ وسائل وأساليب الاتصال ـ للدكتور زيدان عبد الباقي ـ الطبعة الثانية ـ مكتبة النهضة العربية ـ القاهرة سنة ١٩٧٩م .

١٠ ـ الإعلام والدعاية ـ نظريات وتجارب ـ للدكتور محمد عبد القادر حاتم ـ مكتبة الأنجلو المصرية ـ الطبعة الأولى سنة ١٩٧٨م .
١١ ـ الرأي العام ـ للدكتور أحمد بدر ـ الطبعة الأولى ـ مكتبة غريب ـ القاهرة سنة ١٩٧٧ .
١٢ ـ دور الإعلام في التنمية ـ للأستاذ محمد عبد القادر أحمد ـ دار الرشيد ـ بغداد ١٩٨٢ .
١٣ ـ المدخل الى وسائل الإعلام ـ للدكتور عبد العزيز شرف ـ دار الكتاب المصري ـ القاهرة ـ الطبعة الأولى .
١٤ ـ مائة سؤال عن الإعلام ـ للأستاذ طلعت همام ـ الطبعة الأولى ـ دار الفرقان ـ بيروت سنة ١٩٨٣ .
١٥ ـ الأسس العلمية لنظريات الإعلام ـ للدكتور جيهان أحمد رشدي ـ الطبعة الألى ـ دار النيل للطباعة ـ بالجيزة .